

21
201

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



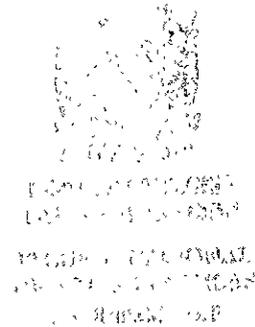
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS

**" 10 CARTELES, 1 CAUSA :
LOS DERECHOS HUMANOS. "**

Tesis que para obtener el título de:
Licenciada en Comunicación Gráfica,
presenta:
Nancy Liliana Gales Pérez.

Directora de Tesis: Mtra. Ma. Elena Martínez Durán.

México, D.F., enero de 1998.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1 257541



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIA

*Ofrezco el presente trabajo de Investigación a mi familia,
por su apoyo y comprensión durante todo este proceso.
Porque cada uno de ustedes, de una u otra manera, me permitieron lograrlo...*

INDICE GENERAL

VII PROLOGO

VIII AGRADECIMIENTOS

IX INTRODUCCION

1 **Capítulo I: EL CARTEL, AYER Y HOY.**
(Antecedentes Históricos.)

2 ¿Qué es un cartel ?

3 Los Precursores : *Jules Chèret, Henri Toulouse-Lautrec Y Alphonse Ma. Mucha*

6 La Influencia del Art Nouveau .

7 El diseño de carteles, del Simbolismo al Expresionismo.

8 Los movimientos artísticos formales e informales.

10 La nueva concepción del cartel: *A.M. Cassandre*

11 Las imagenes fotograficas y las nuevas tendencias artísticas.

13 Carteles, Humor y Guerra.

15 El boom técnico: Años 60's y 70's.

17 ¿Y el cartel Latinoamericano ?

19 La contemporaneidad del cartel y su futuro. (De 1980 hasta nuestros días.)

21 Bibliografía

22 Citas Textuales

23 **Capítulo II: EL CARTEL, INTERACCION DE FORMAS Y CONTENIDOS.**
(*Requisitos y características, elementos formales y consideraciones prácticas*)

24 **1. Requisitos y características de un cartel:**
Impacto • Sencillez • Síntesis.
Visibilidad y legibilidad perfectas.
Expresividad y contemporaneidad.

25 **2. Elementos Formales:**
Atención espontánea y atención voluntaria

26 La forma

27 El contenido
El diseño de mensajes y el proceso comunicativo

29 ¿ Palabras o sólo imágenes?

30 La Tipografía

31 El Contraste

32 El Color

34 La Composición
Unidad con variedad

35 Resalte óptico y centro de atracción visual
Manejo del espacio o "Blancos"

36 La utilización de figuras retóricas como recurso visual
Lo válido de los recursos retóricos

37 Clasificación de las principales figuras retóricas

38 **3. Consideraciones Prácticas:**
Ubicación
El soporte/formato
Tamaños y medidas de los carteles

40 Sistemas de impresión

43 * Bibliografía

44 * Citas Textuales

45 **Capítulo III: ¿ PORQUE Y PARA QUIEN SE CREAN
LOS CARTELES SOBRE DERECHOS HUMANOS ?**
(*Análisis gráfico / retórico de 12 carteles sobre Derechos Humanos*)

46 Una breve explicación sobre Derechos Humanos
El cartel sobre Derechos Humanos

47 Análisis gráfico / retórico de 12 carteles sobre Derechos Humanos

49 * Bibliografía y Citas Textuales.

50 **Capítulo IV: REALIZACION DEL PROYECTO GRAFICO.**
(*Serie de Carteles*)

51 *Visualización*

53 *Apuntes iniciales y primeras composiciones.*

54 *Selección final de la serie de carteles. (Forma, texto y color.)*

55 *Descripción y presentación de la serie
"10 carteles, una causa los Derechos Humanos".*

57 *Bibliografía

58 **CONCLUSIONES.**

62 **APENDICE 1:**

- . *Eventos Internacionales*
- . *Referencias Complementarias*

- . *Sobre la Declaración Universal de los Derechos Humanos...*
- . *La labor de las Naciones Unidas en la esfera de los Derechos Humanos.*
- . *El papel de las organizaciones no gubernamentales y los particulares, en la promoción y protección de los Derechos Humanos*
- . *Derechos Humanos, Paz y Desarrollo.*
- . *Educación y promoción de los Derechos Humanos.*
- . *Los Derechos Humanos en México.*
- . *México frente a los Pactos y Convenciones Internacionales de Derechos Humanos.*
- . *La Declaración Universal de los Derechos Humanos . (Texto completo.)*

El propósito del presente proyecto, es destacar el aspecto humanístico del Diseño. Con apoyo en la *Axiología*, se puede afirmar que el tema de los *Derechos Humanos*, en la actualidad tiene un valor trascendente y no sólo por la realidad en el deterioro de la escala de valores del hombre contemporáneo, sobre todo por la deshumanización y falta de sensibilidad ante los problemas sociales.

En base *Ontológica*, éste aspecto existe descartando su enfoque filosófico ya que niños maltratados, mujeres privadas del mínimo derecho o consideración social, personas que por sus características físicas, raza o religión, se encuentran segregados y olvidados de cualquier atención.

Desde una exploración epistemológica se deriva que estos problemas no son todos, ni siquiera los más importantes para abordar el problema e intentar replantear por medio de un comunicado una comunicación más directa, conmovedora o al menos atrayente para dejar huella en un ambiente social, como es el actual, cambiante, voluble y material.

La investigación que ampara el proyecto, se presenta descriptiva, en un tiempo retrospectivo, pero analizando de manera predictiva el tema de *Los Derechos Humanos*. El trasfondo histórico internacional, define la validéz de la propuesta y enfatiza los problemas que aquejan de modo comparativo a un país como el nuestro. La investigación, permite entender que el Diseño se sustenta en información real, con cuestionamientos profundos y como sería el caso de este proyecto, abordando temas trascendentes desde el punto de vista cultural.

La propuesta gráfica responde entonces a todo un proceso en donde se ha analizado juiciosamente la importancia del tema y es por ésto que lo planteado no olvida lo conmovedor y reflexivo que demanda el mensaje. La tradición teórica permite predecir que el Cartel sigue siendo por autonomasia el soporte "*Ad Hoc*" para cumplir con el propósito de dar en qué pensar, con toda la poesía visual posible pero también con toda la precisión que el tema solicita.

Se sitúa entonces el presente proyecto con su antecedente histórico y en base de una revisión de carteles en análisis semiótico que se han destacado en el tema. El recurso retórico se encuentra en la mayoría de los comunicados y en éste se apoya la serie de la propuesta gráfica para cumplir con su cometido. Del interés por detectar necesidades prioritarias en la comunicación social y de el apego a una ética profesional comprometida, se destaca el presente proyecto. *El tema de los Derechos Humanos representa uno de los principales motivos para dedicar su trabajo, tanto comunicadores gráficos, como sociales.*

María Elena Martínez Durán.

AGRADECIMIENTOS:

En primer lugar quiero reiterar nuevamente el apoyo que mi familia me brindó para culminar este proyecto y mi carrera entera...

Igualmente doy las gracias al *H. Jurado* designado para el presente proyecto gráfico, por su prestancia, atención y señalamientos al mismo.

Pero en especial estimo y agradezco el interés y colaboración de mi directora de Tesis, *Mtra. Ma. Elena Martínez Durán*, quién significa desde mis cursos escolares, un valioso cúmulo de conocimientos y experiencias profesionales, que enriquecieron notablemente mi formación académica y por ende, este proyecto de tesis.

También agradezco a todas las personas e Instituciones (Públicas y Privadas) que de una u otra manera estuvieron involucradas durante el proceso, ayudándome a llegar al final :

Centro de Información de la O.N.U. en México (Sra. Susana Sánchez, oficial de información.)

Lahden Julistebiennale (Lahti Art Museum, Finland.)
Museo del Cartel en Lahti, Finlandia. (Mr. Kari Savolainen.)

Embajada de Finlandia en México, Ms. Arja Perálá.

Oficina de Información Pública de la U.N.E.S.C.O. de París, Francia.
(Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.)

Embajada de Francia en México e I. F. A. L . (Instituto de Francés para América Latina.)
Sra. Gloria Pérez Meza, directora de difusión cultural.

MIL GRACIAS !

INTRODUCCION.

El objetivo del presente proyecto es elaborar una serie de carteles en pro del conocimiento y la educación de los *Derechos Humanos*. Teniendo como base los principales requisitos del diseño gráfico. Las motivaciones que me llevaron a realizar este trabajo son múltiples. Una de ellas fué el gran interés que despierta en mí diseñar carteles, pues sus cualidades y proporciones me parecen óptimas para plasmar ideas y pintarlas desenfadadamente. Pero la principal razón fue el saber que casi no existen en Latinoamérica, materiales gráficos, fotográficos, audiovisuales, o de otro tipo que formen e informen sobre el tema de los Derechos Humanos. Esta deficiencia en ciudades como la nuestra, grande, compleja y con numerosos problemas ecológicos, económicos, políticos o sociales, facilita el menoscabo de tales derechos.

Es claro que existe una urgente necesidad de iniciar una campaña educacional intensa, para disminuir en lo posible abusos y arbitrariedades, pero, porsupuesto que un proyecto de tal magnitud deberá basarse no sólo en carteles, sino en la elaboración de todo tipo de materiales gráficos y audiovisuales, para lograr tal objetivo. Y aunque ya existen Instituciones nacionales e internacionales encargadas de esa tarea, lo cierto es que la labor pendiente es aún enorme... Pues el tema de los Derechos Humanos es complejo, como el propio ser humano y difícil de ser plasmado visualmente. Sin embargo, considero que las características de síntesis, color e impacto, hacen del cartel una buena opción para iniciar una comunicación efectiva. Porque a través de él, se pueden transmitir mensajes fácilmente y en poco tiempo, a un gran número de personas.

También, en un sentido más amplio, el cartel puede ser considerado como un signo cultural y hasta puede decirse una voz multiplacada en favor de la Paz y los Derechos del Hombre, ya que provee de un lenguaje visual internacional instantáneo. Cualidades surgidas de una larga tradición cartelista de más de un siglo y de estrechas relaciones con la pintura, más que con cualquier otra arte y que hoy permite definir a los carteles actuales como formas despojadas de toda superficialidad, llenas de colorido, franqueza y máxima sencillez.

Estos diez carteles que integran una unidad temática, cromática y tipográfica, mantienen al mismo tiempo su identidad propia e individual. Antes de concluir quisiera expresar mi orgullo por el presente proyecto y finalmente quisiera señalar que en el anexo, podrán encontrarse algunas referencias complementarias sobre libros y eventos relacionados con este tema. Así pues, teniendo como texto y pretexto los Derechos Humanos y como forma el cartel, presento este proyecto gráfico, que sinceramente deseo, contribuya a educar y promover los valores humanos.

NANCY GALES.

FRANCE

CHAMPAGNE

E. DEBRAY
 PROPRIETAIRE

LA HAUBETTE-TINQUEUX-LEZ-REIMS

BUREAU DE REPRESENTATIONS
 8, RUE DE L'ISLY PARIS

Imp. Edr. ANQUIN & Co 83 R. de la Harpe - PARIS

Pierre Bonnard, France - Champagne, 1891

CAPITULO 1 : EL CARTEL AYER Y HOY.

(Antecedentes históricos)

**“ LA PINTURA ES UN FIN EN SI MISMA .
EL CARTEL ES UN MEDIO PARA UN FIN .
UN MEDIO DE COMUNICACION ENTRE EL VENDEDOR Y EL PUBLICO ,
ALGO PARECIDO A UN TELEGRAMA .
PERO AL OBSERVAR LA EVOLUCION DEL CARTEL ,
SE HACE EVIDENTE QUE ENTRE ESTE Y LA PINTURA ,
EXISTEN RELACIONES MAS FUERTES QUE CON CUALQUIER
OTRA ARTE...”**

A.M. Cassandre

1. ¿ QUE ES UN CARTEL ?

Primeramente comenzaré esta investigación tratando de responder a esta interrogante. Se habla de carteles y se entiende por éstos, reproducciones fotográficas de pinturas reconocidas, de dibujos... asimismo un anuncio impreso más ó menos grande es considerado también un cartel. Los diseñadores graficos experimentados, saben que todas áquellas versiones pueden y de hecho son carteles; sin embargo dicho medio de comunicación no puede entenderse como algo tan llano y general, pues actualmente sus fines y objetivos están claramente definidos. Un cartel ya no sólo significa *"un grito en la pared"*, *"un puñetazo en el ojo"* o una muestra pública de talento individual. Si bien la creación de un cartel, engloba de cierta manera lo antes dicho, hay que entenderlo además como aquel medio de comunicación eminentemente visual, que trata de informar, transmitir ideas o dar a conocer productos, llamando la atención por medio de elementos gráficos sintéticos, sencillos, atractivos, comprensibles y originales *"que en conjunto sean capaces de fijar recuerdos y promover acciones"*;

Desafortunadamente, muchos de los carteles que podemos mirar día a día en esta ciudad, no corresponden mucho con la anterior definición. Se continúa aferrándose a la tendencia de realizar carteles que *"griten"* como único fin, sin importar si su misión de comunicar rápida y sencillamente, se lleva a cabo con éxito. Por suerte, del otro lado de la moneda se encuentran los comunicadores visuales, para quienes el objetivo primordial del cartel no es sólo áquel primero, sino también el de comunicar con el mínimo de elementos, información para ser recordada: *"Un buen cartel debe dialogar, sugerir sin escandalizar, tratar de ser un descanso para la gente, la cual está saturada de 'ruidos y gritos visuales'. Por tanto la eficacia de un cartel discreto pero sugeridor no disminuye, aumenta."* ² El cartel fue una de las primeras manifestaciones del diseño gráfico, ahora es una tradición gráfica centenaria. Quizá para algunos está pasado de moda porque no es electrónico, no se mueve ni viene acompañado de música, ni es tan popular como un programa de T.V.

Su manera de informar es más bien elemental, simple y directa valiéndose de símbolos, formas, colores, metáforas, humor y claridad. Pero ha estado en constante evolución y hoy ocupa un lugar especial dentro de nuestro mundo dominado por los medios de comunicación electrónicos. Actualmente es una de las formas más típicas de información visual, resultando para algunos casos insuperable, porque le es posible llegar a un gran número de receptores facilmente. Un cartel transmite ideas, gustos, preferencias... através de él recibimos información de muchos tipos. Hablando en un sentido más amplio puede ser considerado como un signo cultural, además de estético e informativo; integrando estos dos elementos en una sólo y efectiva manera

de comunicar: *"Canal de ideas, dogmas o pensamientos políticos, ha sido también voz multiplicada en favor de la paz y los derechos del hombre... Porque los carteles proveen de un lenguaje visual internacional instantáneo."*³ Hay que agregar que dicho "mensaje instantáneo" debe captarse al paso, una lectura global debe bastar para hacer comprensible todo el significado: *"El texto escrito se reducirá a lo imprescindible: una frase, una dirección... el resto de la información debe darlo la imagen (pintura, dibujo, collage, fotografía) en ocasiones, dicha imagen consistirá sólo en un signo, un color o la distribución tipográfica de un texto."*⁴

Ese carácter sintetizador los hace parte de nuestro mundo visual diario. En ciudades como Suiza, Francia, España, E.U. etc., existe una verdadera proliferación de carteles y lugares creados especialmente para su exposición. Logrando así familiarizar a la gente con su peculiar lenguaje.

2. LOS PRECURSORES: JULES CHERET, HENRI TOULOUSE- LAUTREC Y ALPHONSE MA. MUCHA.

Ya sabemos qué es, ahora la pregunta obvia sería, ¿ Cuándo surgió ? Hay autores que señalan fechas muy lejanas y poco concisas, situando los inicios del cartel en las antiguas Grecia y Roma clásicas. Otros más no están de acuerdo con estos antecedentes, pues consideran que el material gráfico realizado en esos tiempos no correspondió a un cartel propiamente dicho. Indagar cuál fue el primer cartel y quién lo realizó, es una empresa interesante sin duda, que bien podría significar tema para otra tesis. Sin embargo, para los fines de este proyecto, considero no necesario hallar ese "hilo negro". Por lo tanto, abordaré la historia del cartel de la manera más concisa que sea posible, señalando los momentos y cartelistas más sobresalientes, considerados así por las aportaciones técnicas, artísticas e intelectuales, que con sus trabajos dieron a esta antigua y acreditada manifestación del diseño gráfico: **el cartel**.

Desde su aparición, el cartel ha sido testigo de los acontecimientos históricos y sociales del mundo, quedando también plasmados en dicho medio de comunicación, e influyéndolo notablemente. *"Artistas de todas las épocas han encontrado en el cartel el impacto que sus obras requirieron, a la vez que permite que un público más amplio y menos selecto, mantenga el contacto con tales expresiones, al ser el cartel una 'obra de arte' que se puede encontrar en la calle."*⁵ Tal como lo señalaría A.M. Cassandre, el cartel ha surgido y evolucionado junto con la historia del arte, viéndose además enriquecido con los avances técnicos de todas las épocas, desde la invención de la *xilografía (tallado en madera)* y más tarde con la aparición de la imprenta, el cartel comenzó a brillar.

Ésta última contribuyó a dar difusión al cartel tipográfico, pero es hasta el siglo XIX con el perfeccionamiento de la *litografía* y la *cromolitografía* sobre piedra y más tarde sobre zinc, que el cartel alcanzó el enorme auge que hoy se conoce: *"Los carteles surgieron a partir de la ilustración de libros y de la publicidad circense"*⁶. Teniendo en cuenta lo anterior, considero que los inicios más concretos del arte de crear y producir carteles, datan de 1830 cuando surgen los primeros cartelistas en

Francia: *Grandville, Raffet, Gavardini y JULES CHERET*. Siendo éste último, el más conocido por su gran producción de más de 1,000 carteles, los cuales reproducía en su propio taller litográfico (el más importante de París en esa época). *"A partir de 1866, realizó los primeros Carteles en color, los cuales dibujaba directamente sobre la piedra litográfica. 'La Pantomime' (1891), 'Bal Valentino' (1869) Sus carteles estaban basados en las tradicionales técnicas y composiciones de la pintura mural europea (alargadas, verticales y rectangulares) mezcladas con el lenguaje visual popular que se utilizaba en los programas de circo: "Sus obras son una especie de taquigrafía visual, sin ser creaciones publicitarias si lo son artísticas... Chèret puso su indudable maestría como dibujante al servicio del lenguaje popular de su tiempo, reinterpretaba los grandes murales del pasado para exponerlos en las calles en lugar del salón. Relacionando el cartel con el arte del pasado y utilizando dicho medio como una forma de expresión"* 7

Al anterior artista, le sigue cronológicamente *HENRI TOULOUSE-LAUTREC* quién acentuó el estilo de *Chèret*, engrandeciendo el oficio del cartelista con su singular manera de pintar y dibujar carteles. En ellos describía la vida de la gente común y la suya propia, utilizando dicho medio visual para expresar ambas situaciones. *"Su primer cartel lo pintó en 1891 para 'Le Moulin Rouge'. Los diseños de Lautrec alejaron al cartel de las ilustraciones de libros y de la pintura de caballete, otorgándole por primera vez el sentido directo que debe tener. Sus carteles estaban influenciados por los grabados japoneses, a veces parecen bocetos por la sencillez de línea. Pero son un ejemplo excepcional de síntesis y color: pintaba planos, sintetizando siempre... sangrando las figuras, presentándolas en primeros cuadros, como si quisieran salirse... Sus composiciones captaban detalles precisos e interesantes, como lo haría un buen fotógrafo. Toulouse-Lautrec entendía por completo el arte y la técnica del cartel"* 8

Tales características plásticas, son retomadas desde entonces por diversos artistas visuales, quienes consideran la producción pictórica de Lautrec como una gran aportación al diseño gráfico y sobre todo al cartel publicitario. Por este y otros motivos, sus carteles se continúan reeditando, convirtiéndose de paso en piezas clásicas del arte. El estilo de *Toulouse-Lautrec* influyó en su época a otros cartelistas como *Forain* y los ingleses *Beardsley, Beggarstaf, Carqueville, Penfield y Bradley*. Así como al sobresaliente *Steinlen* y a *Pierre Bonnard* quien realizó pocos carteles, uno de los más sobresalientes fue el que realizó para la *"Revue Blanche"* en 1894.

Antes de 1896 ya se realizaban *"anuncios callejeros"*, pero es hasta dicho año que adquiere las características del cartel: una composición que es retenida en la memoria y que consta de formas planas. (*"Champfleury-Les chats", 1896, de Edouard Manet*) En 1894 aparecen los carteles de *ALPHONSE MA. MUCHA* considerado por algunos autores como el mejor creativo publicitario de la época. Tuvo mucho éxito y fama con sus carteles alargados para la artista Sarah Bernhard. Su obra pasó por la fase de *Art Nouveau o Modern Style*, así en sus carteles se observan las clásicas elipses, orlas, y serpentinadas características de dicha corriente. Además de una suave expresión, pero dibujada con un fuerte trazo negro que enmarca los contornos de las figuras, pintadas éstas con colores vivos. A partir de 1890 y durante la década siguiente, el "boom" del cartel estaba en todo su apogeo: Se hacían ediciones especiales para los coleccionistas, pues los carteles eran robados de las calles. Fue también en esta época que se crearon las primeras revistas especializadas: *"The Studio", "The Poster"*,

"The Art Collector", "The Chap Book" (Inglaterra). "The Yellow Book", "Harper's Magazine", "The Century" (E.U.) Pero la afición de coleccionar carteles duró poco entre la gente y hoy es sólo mantenida por un grupo reducido de coleccionistas. Otros diseñadores destacados de este período: *Henri Meunier, Victor Mignot, Privat-Livemont, Adolphe Hohenstein, Leonetto Cappiello, Dudley Hardy y Steinlein.* Éstos y los anteriores artistas se sintieron ampliamente identificados con el cartel, "con esa nueva forma de comunicación que les permitía multiplicar su obra y situarla en plena calle."



Jules Chéret, Carnaval 1894. Théâtre de l'Opéra, 1893



El Modernismo, Modern Style u Art Nouveau, fue el movimiento plástico más característico del cambio del siglo, significaba lo "nuevo". El diseño de carteles también recibió su influencia, al igual que los artistas antes mencionados y otros muchos futuros. Ya mencioné atrás sus características más distintivas, éstas, nos permiten deducir que el Art Nouveau dió un valor decorativo y ornamental a las formas: "El paso de naturalismo del siglo XIX a la descripción y decoración sencillas de gran parte de los diseños del siglo XX, se debe en parte a la libertad que daba el lenguaje popular de los carteles"¹⁰. Durante aquella época surgió en Alemania la revista "Die Jugend" y el término "Jugendstil" (nombre con el que se conocía al Art Nouveau en ese país).

Su característica específica en el diseño de carteles era la fantasía con que se dibujan las formas. Sin embargo, las ilustraciones pueden dar un carácter algo pesado, por el orden y el equilibrio-asimétrico de las composiciones. (*Victor Schufinsky, "Lucifer Girl" 1904*), *Fritz Dannenberg* y *Ludwing Von Zumbuch*, son algunos representantes del Jugendstil alemán. En Austria y Munich también surgieron publicaciones similares a la anterior, basadas en los elementos artísticos del Jugendstil. Estas tendencias artísticas fueron también seguidas por el Italiano *Villa* y el ya mencionado *A. Hohenstein*. En Austria sobresalió *K. Moser* y en España *Casas, Santiago, Rusimol, Utrillo* y *Camps*.



Josef Rudolph Witzel, *Jugend*, 1900 ap

EL DISEÑO DE CARTELES DEL SIMBOLISMO AL EXPRESIONISMO.

Al inicio del siglo XX, los estilos del arte continuaron paralelos a la historia del cartel. Pero en aquel momento (1905) las recientes tendencias fauvistas / arte simbolista, ejercían una marcada influencia: *"Se pintaba con verdes, rojos, azules y amarillos puros, saturados, intensos... tal como salen del tubo"*¹¹. Entre otros artistas visuales, los destacados Van Gogh, Gauguin y Maurice Denis, realizaron carteles con dichas técnicas y temas alegóricos: *"Plasmando su llamativa imaginación con libertad, combinando retorcidas configuraciones con elementos amorfos, los cuales pintaban con colores subjetivos e irreales"*¹². Esta manera simbolista de plasmar ideas, sería la predominante del diseño de carteles durante el cambio de siglo:

*"Los símbolos confieren al diseño, realidad y unidad propias, fuera de una visión unilateral... Lo importante es encontrar una silueta que sea expresiva, un símbolo que sólo por su forma y colorido sea capaz de atraer la atención del transeúnte: El cartel es una bandera, un emblema, un signo"*¹³. Siguiendo la línea anterior, también destacó Leonetto Capiello con sus famosos carteles: *"El vermouth y el bietzer Cinzano"*, el americano W. Elms y los alemanes Gotha y Hohlwen. Tal libertad fauvista con sus trazos espontáneos, su imaginación novedosa y sus colores puros, significó una aportación incalculable para el diseño de carteles. En base a esto, al dibujarlos se recomienda utilizar en lo posible, colores planos, puros y brillantes.

En el mismo año surgió el *Expresionismo* que vendría a complementar las aportaciones del *arte simbolista (fauvista)* significando a la vez una oposición al naturalismo que dominaba gran parte de la producción artística de la época. Los carteles expresionistas eran también de un colorido brillante y los dibujos estaban enmarcados por un grueso contorno negro (característica que alcanzaría aquí su máxima manifestación.) Otros notables rasgos expresionistas, son el gesto distorcionado, el empaste y la pincelada gruesa; mismas que posteriormente desencadenarían las técnicas abstractas y *"tachistas"*, tan usadas desde entonces al diseñar carteles: anchas superficies de color puro, formas libres, espontaneidad total...



BIER :
CABARET
ILLUSTRATION GALE 100 THOMAS



SENTA
SÖNELAND
J.C. Steiner Bier Cabaret 1919

■ LOS MOVIMIENTOS ARTÍSTICOS FORMALES (Cubismo, Grupo de Stijl, la Bauhaus y el Surrealismo) E INFORMALES (Futurismo y Dadá) Y SUS APORTACIONES AL CARTEL.

Después, entre 1907 y 1914, el *Cubismo* predominó y condicionó todas las manifestaciones artísticas, incluido desde luego el cartel. Tuvo como principales representantes a *Picasso, Braqué y Léger*. Como es sabido, su característica más distintiva fue la de presentar a los objetos y formas desde todos los ángulos posibles, en una sólo imagen, mostrando de esta manera una "*nueva realidad*". Incorporando en sus diseños, texturas como fibras de madera, mármol, arena, trozos de papel y rótulos, en calidad de "pintura" o bien complementándola. Dichas técnicas originarían "*el collage*" (tan utilizado en la creación de carteles) junto con él, los artistas realizaban ejercicios tipográficos o bien éstos constituían por sí solos la imagen total de sus diseños.

Mientras tanto, buscando un nuevo orden estructural, surgía el *Grupo de Stijl* (1917) en Holanda con su constructivismo formal y la *Escuela de la Bauhaus* en Alemania (1919). "*El primero se limitaba a usar en sus composiciones formas cuadradas o rectangulares, pintadas con colores básicos e introduciendo a la vez, ejercicios tipográficos basados en dicha norma*".¹⁴ En relación a esto último "*una de las aportaciones más notables de la Bauhaus fue la tendencia a la claridad de tipos y la correspondencia total entre letras e imagen*".¹⁵ Tales características formales, determinaron en gran medida los elementos visuales indispensables de un cartel: uso de formas y colores simples, tipos claros, etc. y en conjunto con las innovaciones cubistas, fueron las responsables del cambio que el cartel tuvo a partir de aquella época.

Artistas visuales destacados en éste período, que además contribuyeron significativamente el engrandecimiento del diseño de carteles: *Klee, Finninger, Itten, Kandinsky y Moholy-Nagy (escuela de la Bauhaus)* quienes sobresalieron a la par con *El Lissitzky, Mondrian y Malevich, del Grupo de Stijl*. Posteriormente el holandés "*Hendrick Werkman generalizó el empleo de los materiales del impresor (tintas, rodillos y tipos) realizando composiciones que él llamaba "drukels" (impresiones). En los diseños de Werkman la disposición de distintas tipografías producía un efecto de "collage", las letras formaban la imagen*"¹⁶

La idea fue adoptada rápidamente por los artistas cubistas y dadaístas; éstos al igual que los futuristas aprovecharon además, las técnicas cubistas. *El futurismo* (1909) otorgándole a sus composiciones inmediatez, sensacionalismo, dinamismo y agitación continua (características típicas del cartel publicitario). Por su parte *el Dadá* (1916) reflejaba la desesperación de un mundo mecanizado y enloquecido por la guerra, un caos también presente en sus diseños, en los cuales (como los futuristas) usaban

letras recortadas o pintadas de la publicidad popular, pero utilizando las propiedades formales de la tipografía para crear el cartel - poema. Algunos otros métodos dadaístas usados en el diseño de carteles: "la yuxtaposición y las asociaciones insólitas de elementos irreales con imágenes del mundo verdadero"¹⁷ (Kurt Schwitters y Theo Van Doesburg: Cartel para una recital Dadá). El Surrealismo igualmente planteaba la revelación de "una nueva realidad", la cual se creaba plasmando la idea de varias maneras simultáneas, pero usando ante todo imágenes sumamente reales, cuyo verdadero significado no era lo que se suponía: "Visualmente todo esto es posible y válido, no hay que dar explicaciones ni justificaciones, por tanto, las técnicas surrealistas constituyen un valioso procedimiento para exhibir productos e ideas"¹⁸

Esta tendencia artística fue muy utilizada por diseñar carteles, pues implicaba el empleo del realismo, el cual hace las composiciones familiares y en consecuencia aceptables. El Surrealismo tuvo 2 fases: la primera empezó en 1924 y terminó con la Segunda Guerra Mundial, "esta primera etapa se quedó a nivel de la decoración teatral y de la cual los diseñadores de carteles tomaron esa iluminación teatral que dá sombras alargadas al estilo de Dalí y De Chirico, así como el uso del humor y de lo absurdo ("Roussillon", Salvador Dalí). De la segunda fase, se cuenta alrededor de los años 50's, el surrealismo recogió los aspectos más siniestros y terroríficos de la imaginación: (influido por la recién terminada guerra) violencia y corrupción que se podía observar en la publicidad y demás medios de comunicación de la época"¹⁹



Dalí
1969
Roussillon
FRENCH RAILWAYS



Kurt Schwitters and Theo van Doesburg: Cartel para un recital Dadá
La Haya, 1923



Above right, offset lithograph by Herbert Bayer



■ LA NUEVA CONCEPCION DEL CARTEL : A.M. Cassandre.

Precisamente en aquellos momentos de cambios sociales y artísticos, surgen los primeros carteles de un joven francés llamado *Jean Marie Moreau*, mejor conocido como *A.M. Cassandre* quién fué uno de los más sobresalientes cartelistas del mundo (desde los años 20's hasta los 40's). Diseñó numerosos carteles de alta calidad, influido primero por el Cubismo y luego siguiendo las características formales de la Bauhaus. Pero en ambos casos sus diseños tenían el impacto gráfico necesario que hacía voltear a verlos: *"Para él un cartel no era ya un objeto de exposición sino una máquina de anunciar"* ²⁰

Cassandre usó pocas veces el montaje fotográfico, pero simulaba sus efectos con diseños muy trabajados y utilizando sobre todo la perspectiva para crear primeros planos, logrando con ésto, que sus carteles fueran verdaderos 'gritos en la pared': "Pintaba grandes masas, concebía enfáticos y primerísimos planos, operaba con grandes contrastes máximos y sobre todo resumía el cartel en una idea, en una síntesis gráfica, llevada hasta las últimas consecuencias... Sus obras son la concepción gráfica perfecta: una imagen llamativa, simple, sintética pero eficaz, que explica verdaderamente lo que anuncia; obligando a recordar y a mantener el interés, por lo que su cartel muestra o dice" ²¹

76 Cassandre, *Dubo - Dubon - Dubonnet*, 1934



■ LAS IMAGENES FOTOGRAFICAS Y LAS NOVEDADES ARTISTICAS APLICADAS AL CARTEL.

Posteriormente en 1918 aparecen las primeras imagenes fotográficas aplicadas al cartel, destacando entre otros *Vox*, *Heartfiel* y *Moholy-Nagy*, éste último comprendió rápidamente esas técnicas de cine, montajes y demás trucos fotográficos, aplicándolas creativamente al diseño de carteles. A partir de ese momento comenzó una nueva manera de trabajar las ideas y gracias a las aportaciones de la *Bauhaus* y el *Grupo de Stijl* se sabía además que la forma, tamaño y disposición tipográfica daban también un fuerte impacto visual tanto a la forma (tipos), como al contenido del mensaje.

De hecho *Moholy-Nagy* experiment mucho con las tipografías, usando a veces sólo minúsculas, otras más mezcladas con mayúsculas o con alfabetos variados, (*"Preumatick"*, *"Militarismus"*, *"Circo y Variedades"*) Por otra parte, *"después de la Primera Guerra Mundial, el público descubrió que los carteles habían cambiado el aspecto de las calles, la gente los aceptaba mejor. Pero en consecuencia, hay que suponer que las personas que ven un cartel, no quieren o no pueden leerlo, por tanto hay que contarles la historia en segundos"*²² Tal observación hecha por *Leonetto Capiello* lo llevó a reducir su idea a un elemento simple (a menudo exagerado) que podía retenerse en la memoria con un sólo vistazo: *"una configuración lisa y en forma de bloque queda mejor impresa en la mente, como una imagen persistente"* ²³.

Esa nueva *"taquigrafía visual"* permitió que el cartel mantuviera su vigencia entre 1920 y 1930. Precisamente en esta época surgen las grandes carteleras en E.U. y los carteles tridimensionales como estructuras de exposición. Mientras tanto en Suiza, (basándose en las reglas de la Bauhaus) creaban su propio estilo gráfico para diseñar carteles: *"dibujaban imagenes realistas, muy precisas del objeto (como fotografías) utilizando rótulos sencillos y formales para crear carteles más bien abstractos; a veces simplificados a sólo formas o bien a un único símbolo"*²⁴ (*Jan Tschichold "Graphic Design" 1927, el Lissitzky "Cartel para Exposición Rusa En Zurich"*).

Estas técnicas suizas significaron una gran aportación al lenguaje internacional de símbolos de la comunicación visual. Un buen ejemplo de *carteles abstractos* son los diseñados por *Müller-Brockman* para los conciertos de *Zurich-Tonale*, *"stos contenían elementos formales estrictos y medios de diseño muy simples. Colores y diseños eran seleccionados en base a consideraciones subjetivas y emocionales. Sus carteles comunican información sin decoraciones ni objetivos secundarios. Lo que implicaba usar métodos puramente tipográficos para disponer el color y el dibujo. Sus diseños eran formalmente simbólicos, los textos y los colores eran aplicados con lógica, para que en conjunto crearan un cartel cargado de tensión y ambientes musicales"* ²⁵ Otros destacados artistas visuales que siguieron esta línea *"simbólico-abstracto-formal"*: *Leupin, Brun, Henri y Velsen*.

79 Jan Tschichold, *Graphic Design*, 1927



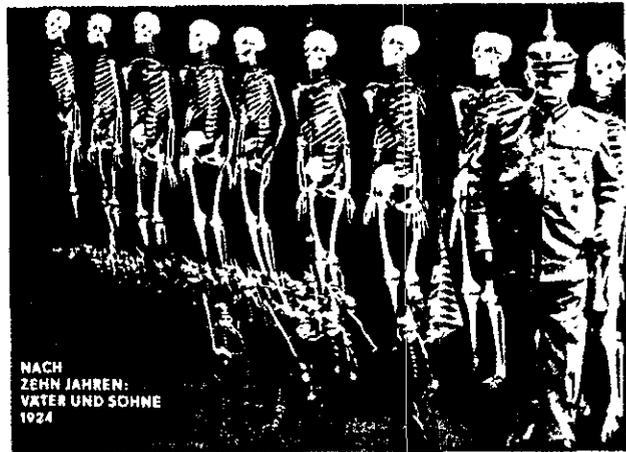
80 Oskar Schlemmer, *Grosse Brücken Revue*



77 Piet Zwart, *Elther* 1920



78 Otto Baumbürger, *Forster*, 1930



Photomontage by John Heartfield entitled *Ten Years Late Fathers and Sons* 1924. Private collection



■ CARTELES, HUMOR Y GUERRA .

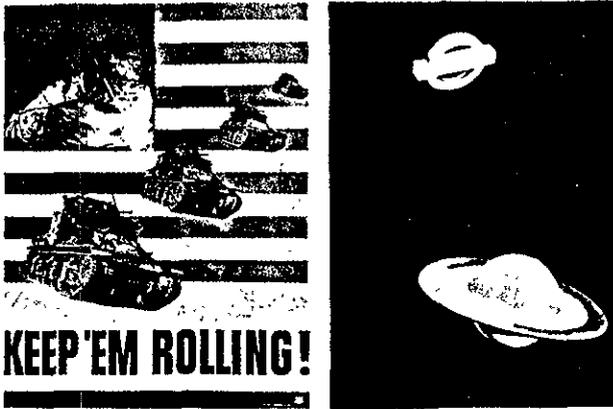
En oposición al cartel "fotográfico" suizo, aparece el cartel cómico como fórmula para emitir mensajes, destacando *Leupin, Eckersley, Searle, Villeman y Savignac*; "éste último logrando popularidad con sus ideas insólitas, cómicas, desenfadadas, expresadas mediante dibujos caricaturescos y un colorido estridente ("Mon Savon 1927") El humor fue y es aún utilizado frecuentemente, porque es un ingrediente esencial en la vida, y su asociación a un producto o idea suscita hacia éstos sentimientos de cordialidad y buena voluntad".²⁶ Su aplicación es universal y representa además una válvula de escape para las tensiones de nuestro complicado mundo. Durante los años 20's y 30's, la viñeta del cómic y los dibujos animados se convirtieron en nuevas fuentes de influencia e inspiración para el humor gráfico y el diseño de carteles. La idea sencilla y extrovertida de la imagen, se ha utilizado desde entonces, para producir una clara expresión de sorpresa, alegría, asombro y felicidad.

En los años posteriores a la guerra, éste tipo de diseños cómicos continuó, siendo el principal canal para expresar la situación "cómica" que el mundo vivía. Pero a partir de la década de los 50's, el humor inocente de los primeros carteles jocosos, cambió a un "humor negro", el cual habla de guerras y exterminio... de amor a la vida o a la muerte. "Gran parte del 'humor absurdo' de los dadaístas, era en realidad humor negro: proponían el absurdo por el absurdo, como algo positivo, no como una negativa vaciedad".²⁷ Al estar el cartel presente, junto con los movimientos artísticos y sociales, no resulta raro encontrarlos "hablando" en favor o en contra de las numerosas luchas bélicas de la humanidad. Así se pueden hallar carteles desde la Revolución Francesa hasta los acontecimientos políticos y sociales más recientes.

Durante las 2 Guerras Mundiales, hubo carteles de todas las tendencias: los que mostraban las atrocidades de dichas contiendas, o aquellos que solicitaban personal para reclutamiento, dinero, o bien aconsejaban a la sociedad civil. Al terminar la 2a. Gran guerra (1945), la opinión mundial de la guerra cambió: los carteles mostraban una tendencia "antiguerra": ¡NO MAS GUERRA!!NO MAS HIROSHIMAS! La cual persiste aún hoy y que ha sido vista cuando se han presentado graves conflictos de poder, opresión o tiranía. Para la realización de dichos carteles, se utilizaba la sátira, el realismo o la sobriedad. En la década que va de 1940 a 1950, se produjo un cambio de estilo, desarrollado primero en los países escandinavos y que fue imitado en Europa Central y E.U.

En éste último, el diseño se volvió "aerodinámico", debido a la expansión industrial y tecnológica: Se desarrollaron elementos populares de diseño, (acrílicos, películas de plástico, aerógrafo, etc.) que se combinaron con los adelantos fotográficos y televisivos del momento, para crear carteles. (Tom Eckersley: "Cartel para General Post Office, 1952). Mientras tanto, en Europa se vivía la austeridad después de terminada la 2a. Guerra Mundial, el diseño de carteles también la presentaba: elementos mínimos en los diseños, basados aun en las concepciones del constructivismo o grupo de Stijl.

("Cartel para imprenta de Lausana", 1959 de Leupin). Destacaron en este periodo el ya mencionado A.M. Casandre, Carlú, Colin y Nathan en Francia; Morell en España y Ben Shann en E.U.



J. G. Lyeocheer Chesterfield Cigarettes, 1926

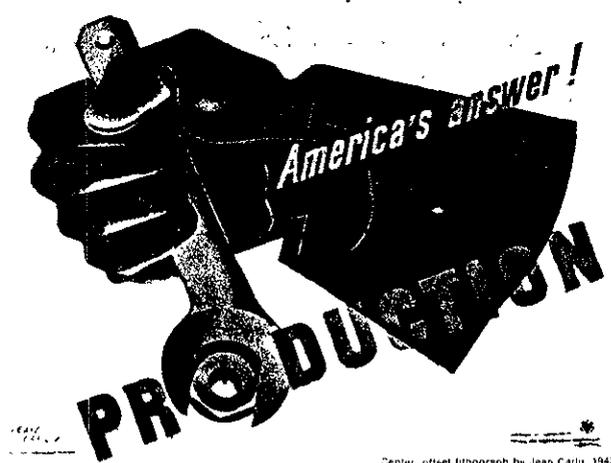


Kosel - Gibson Humanic 1928



PROMOTION FOR ANY ONE ENLISTING
 APPLY ANY RECRUITING STATION
 OR POSTMASTER

HOWARD LINDNER CRY-15, To Quiero para la Armada 1917-1918



Centar, offset lithograph by Jean Carlú 1942

EL BOOM TECNICO : AÑOS 60'S Y 70'S.

Durante los años 60's, la fotografía invadió por completo todos los campos de la publicidad, pues se creía que era más real y persuasiva que el dibujo. (Sin embargo, los carteles dibujados continuaban produciéndose). En aquellos años, los estilos del pasado resurgieron mezclándose con los más recientes, recibiendo a la vez influencias de ese nuevo mundo lleno de adelantos tecnológicos y con pocas prohibiciones: *"Así se podían hallar carteles abstractos subrayados, como lo hacían los fauvistas; otros más retomando técnicas puntillistas, etc., pero siempre adoptando una aproximación erótica y emocional de la publicidad visual (T.V.). Las imágenes de los carteles eran más atrevidas, buscando impresionar sin ningún tipo de inhibiciones, dejando poco o nada a la imaginación".* ²⁸

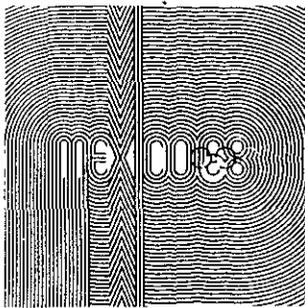
Mientras tanto, en Polonia *Jan Lenica* y en E.U. *Milton Glaser*, crearon el estilo de la ilustración actual, con influencias del Art Nouveau al principio, obteniendo después un estilo propio: *"extraño, brillante, apoyado en el collage: El Pop Art con la ingenuidad y fidelidad gráfica del cómic. La pureza del diseño lograda por el Pop Art, permitió reproducir ideas y productos clara y bellamente"*.²⁹ Estas técnicas visuales, fueron utilizadas por *Léger*, *Andy Warhol* y *Roy Lichtenstein* entre otros, para presentar imágenes familiares al público, de manera sencilla, pero impactante...*"Pues dicha reproducción fiel, inspira confianza"*.

Esta tendencia se utilizó mucho durante los años 60's en E.U., quienes desecharon la técnica plana del cartel europeo, sustituyéndolo por diseños tridimensionales, fotografías a color, fotomontajes y diversas técnicas de aerógrafo. Posteriormente las novedades fotográficas invadieron Europa, en donde se utilizaban además de aquellos, la tipografía. Uno de los artistas más sobresalientes fue *Jan Tschichold*. Sin embargo, muchos artistas contemporáneos centraron todo el impacto del cartel, en las fotografías y con esa tendencia se perdió un poco aquel sentido inicial del cartel: ***imágenes sencillas, sintéticas, pero efectivas.***

El Poster (una modalidad del cartel) cuyo único fin es decorar, representó en su época una manera de decir ¡NO!, fue inventado en Inglaterra alrededor de 1968, *"Al principio, tuvo un estilo de dibujo inspirado en las orlas y rotulaciones del Art Nouveau, mezclado a la vez con grafismos hindúes y ornamentaciones de los años 20's, presentando frecuentemente imágenes de sueños alucinados. Era brillante y elaborado, pero sobre todo accesible al público. Muchas veces las decoraciones vegetales se confundían con las inscripciones, haciendo difícil leerlas, incluso los dibujos eran a veces confusos; pero el objetivo del poster no era el de resultar claro, sino el que la gente lo disfrutara. Numerosos "carteles-posters" de los años's 60's, confiaban en su atractivo sensual, más que en poder transmitir mensajes clara y sencillamente, como se hacía en tiempos pasados. Además, en esas épocas, el público había desarrollado el hábito de leer sin hacerlo, ver sin analizar, oír sin escuchar; así que buscaba que los mensajes llegaran a través de los sentidos"*.³⁰

El poster se utilizó para crear un entorno nuevo: Carteles antiguos, junto con estrellas del cine de los años 40's y 50's, posters políticos, anuncios comerciales que en la década de los 60's se convirtieron en murales decorativos, etc. Más tarde, en los años 70's, se conjuntó el diseño plano y el tridimensional. Los carteles de ésta década se inspiraban en la imaginación contemporánea (ciencia ficción) cómics, medios de comunicación... mezclando con éstos nuevamente los estilos del pasado. En esta etapa hubo una gran producción de carteles, y "posters"; pero tal exceso le restó vitalidad debilitándolo notablemente: *"Las causas de la decadencia, son la facilidad para trabajar bien, el hastío de lo bueno y el gusto por lo extravagante"*³¹

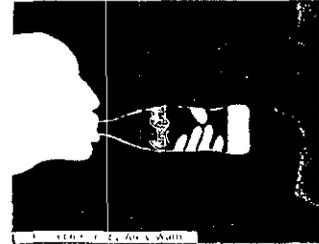
Sin embargo, en los últimos años, la habilidad gráfica, el diseño y el impacto visual de los carteles, se han visto engrandecidos y mejorados, gracias a las notables aportaciones mencionadas atrás. Además los avances tecnológicos que se presenciaron a partir de la década de los 60's, hacen hoy más fácil su reproducción e impresión a todo color, o con cualquier otra técnica. *"Es interesante observar que el ciclo se ha completado y que hoy en día el cartel no es sólo una ilustración que comunica o informa, sino que también es una obra de arte por derecho propio. El poster no anunciador, es por otra parte, una obra de arte barata y al alcance de todo el mundo"*.³²



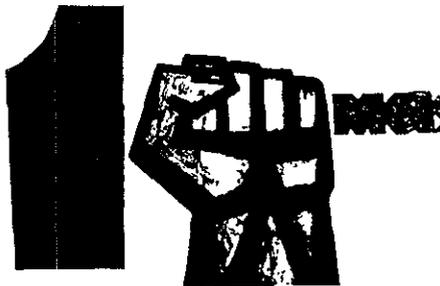
Loren Heibock Peace 1967



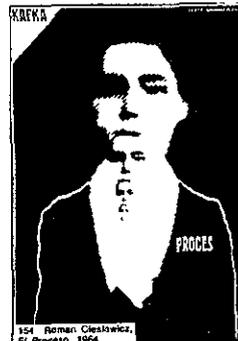
SP Peter Max Love 1967



Valignot France 1976 Evian mildly sparkling mineral water is advertised by evoking a champagne celebration



* 155 Jolim Cwik, 1° de Mayo 1965



154 Roman Cieslowski, El Proceso, 1966



**"LAS MANIFESTACIONES ARTISTICAS LATINOAMERICANAS
NOS DEVUELVEN LA CONFIANZA EN EL GENIO
DE NUESTROS PUEBLOS
ES UN ALIMENTO A UN TIEMPO TERRESTRE Y ESPIRITUAL:
CALOR Y COLOR, FORMA E IDEA"
Octavio Paz**

3. ¿ Y EL CARTEL LATINOAMERICANO ?

¿ Qué pasa? ¿ Dónde está ? ¿ Existe ? No es fácil contestar, pues desafortunadamente, cuando se intenta hallar datos a cerca de su evolución en nuestro País y/o Continente, se comprueba tristemente la falta de materiales escritos al respecto: no existen estudios profundos sobre los artistas, períodos y movimientos plásticos contemporáneos en Latinoamérica, ni mucho menos a cerca del cartel en dicha región. Los libros detienen la historia del arte en la década de los 70's, dentro de la cual es muy breve o nulo lo que referente al cartel se puede hallar.

Podría hablarse del grabado como el antecedente inmediato del cartel en América Latina, (pues ese medio de reproducción ha sido el más usado en nuestro continente), sin embargo, las obras creadas hasta el siglo XIX, son más representativas de las costumbres e ideas de la época que del cartel: *"Desde fines del siglo XIX, comienza también en nuestro país, la proliferación de las tendencias artísticas (las cuales mencioné atrás). El siglo XX acentuó ese pluralismo, hasta convertirlo en una nota permanente en nuestra cultura moderna"*³³ En consecuencia aparecen constantemente, corrientes nuevas o más bien "novedosas", porque: *"La vanguardia gira en el vacío y en torno a sí misma, ha dejado de inventar, pero incansable se repite; el ayer y el hoy, tienden a confundirse. Son modas, cambios continuos, constantes búsquedas y cada vez menos frecuente una prodigiosa invención"*³⁴

Quizá en las anteriores definiciones, se puede hallar una explicación a la mencionada falta de materiales bibliográficos: ya sea porque no existe una real fuente para realizar investigaciones, o porque no se puede hablar de un estilo gráfico latino. Nuestros artistas y diseñadores no se distinguen por tal o cual característica en esencia, pues proliferan aquí y allá, tendencias novedosas, algunas surgidas en la nación y otras creadas a partir de lo que en el extranjero se ha visto o bien, recibido por diversos canales. *"No es posible definir el arte contemporáneo latinoamericano y demás manifestaciones artísticas que de aquel surgen, como podría hacerse con el de otros continentes, porque existen muchos estilos, tendencias y personalidades contradictorias"*³⁵

Sin embargo, el arte gráfico latinoamericano no es un conjunto homogéneo único e indistinguible por regiones u originalidad artística; como podría ser mostrado en estudios y exposiciones realizadas en E.U. o Europa, los cuales se basan con frecuencia en criterios geográficos regionalistas, que resaltan sólo aspectos exóticos o folclóricos,

que no benefician la obra de nuestros artistas, pero que sí impiden aún más su internacionalización. *"América Latina, ese continente caótico, tiranizado y saqueado en donde es fácil perder el ánimo, el continente de caudillos y demagogos, es también el continente de artistas... No hemos perdido todo, puesto que todavía tenemos imaginación y sensibilidad"*³⁶ Si bien desde hace largo tiempo se admitieron y reconocieron formas artísticas extranjeras, que se asimilan, se rechazan o bien se cambian en formas nuevas, que crean otro perfil de nuestra cultura visual:

*"Las décadas de los 80's y 90's representan un enorme pluralismo, pues aparecen constantemente problemas y desafíos nuevos: la ecología y el medio ambiente, la situación de la mujer en Latinoamérica, (su exhaltación y degradación), la presencia de la homosexualidad en las sociedades católicas latinoamericanas, el SIDA, la explotación económica, la opresión política, los efectos del colonialismo, etc."*³⁷ Temas delicados y problemas graves, que a veces parecen insolubles, los cuales se expresan a través de formas y medios diversos, entre ellos los carteles. Muchos de los cuales son verdaderas muestras artísticas de creatividad, que sin perder dicho sentido de obra de arte, abordan problemas reales, con los cuales vivimos día a día.

Por otra parte, actualmente hay más participación de diseñadores gráficos latinos en eventos internacionales referentes al cartel. Quienes participan entusiastamente con calidad técnica y creatividad, compitiendo junto con los principales diseñadores europeos, japoneses y otros más, quienes están reconociendo sus méritos. Y a menudo se considera que los problemas tratados en tales carteles, son más importantes que su apariencia gráfica: *"En cierto sentido ya no se cuestiona la innovación ni las estrategias formales, porque la forma cede al proceso de la creación y al significado"*³⁸ Ciertamente existe en nuestro país y continente Latino, riqueza, variedad y calidad en los diseños. Se continua explorando las múltiples posibilidades plásticas, se ensayan nuevas estrategias políticas, psicológicas y personales, para plantear temas o sugerir significados...



**"HAY QUE ASPIRAR A CREAR DISEÑOS RELEVANTES PARA
LAS NECESIDADES DE HOY Y EFICACES PARA LOS
AÑOS VENIDEROS. "**

**Alan Swann
(Diseñador Inglés)**

4. LA CONTEMPORANEIDAD DEL CARTEL Y SU FUTURO.

El diseño gráfico es hoy reconocido como un éxito clave en la competencia: distingue y define identidades personales o empresariales: *"El diseño de ayer estaba completando y perfeccionando las técnicas; el diseño de hoy elimina lo superfluo, es como un valor agregado por la interacción entre público y producto. En donde las formas útiles y prácticas se integran al mundo, ligándose al entorno y en consecuencia a la gente. Los diseñadores estamos en medio de ese proceso. Cuando el diseñador y los materiales con los que trabaja forman una mancuerna entusiasta, revitalizante, manteniendo a la vez una justa percepción del mundo, identificando la fuerza del mercado, la obra terminada puede convertirse en un producto gráfico exitoso que tendrá popularidad por un mes ó 20 años."* ³⁹

Y dentro de aquel vasto y complejo universo del diseño visual, continúa en la marcha, (contrario a lo que muchos hubiesen pensado) el cartel. El cual no ha perdido la vigencia, ni el prestigio que se ha venido forjando desde hace más de un siglo. Conservando también aún esa primera función para la que fué creado: informar de manera clara, rápida y precisa. *"Dentro de éste mundo de fin de siglo XX, con sus complejos sistemas de comunicación, el cartel es capaz de 'cubrir' un vasto campo de información cuando áquellos no lo logran".*⁴⁰ *"Además el impacto de los carteles, puede ser muy grande si éstos retoman su carácter primitivo simple, en lugar de ser sofisticadas obras de arte"*⁴¹

Actualmente las vanguardias del diseño de carteles, se pueden encontrar en no más de 10 países: Japón, Finlandia, Suiza, E.U., Inglaterra, Italia, Francia, Alemania, Holanda, Bélgica y algunos países ex-socialistas. Pero en muchos más, se trabaja arduamente por alcanzar la excelencia en el diseño de carteles; los cuales representan un importante campo de acción para diseñadores y comunicadores gráficos en todo el mundo, dadas sus características de síntesis, sencillez y rapidez para comunicar ideas, productos o eventos. Los estilos artísticos y las técnicas de representación se han venido depurando, puliendo cada vez más, convirtiendo a los carteles de nuestros tiempos, en impecables muestras de creatividad, ingenio y dominio de los sistemas para su reproducción.

Hoy en día, los diseñadores gráficos conocen la evolución histórica del arte, sus manifestaciones y aportaciones. Se prueba, se experimenta, se reciben o adoptan técnicas y maneras de trabajar las ideas y los materiales: *"Existe la libertad que provoca perplejidad e inspiración. El ayer y el hoy se entrelazan: se permite a la tradición vivir el hoy, transformando el estilo, técnica o ambos, para cubrir las necesidades de comunicación visual modernas"*⁴² Si tenemos la suerte de observar los carteles finalistas de las diversas Bienales y Trienales que se realizan por todo el mundo,

centrándonos en la pasada década de los 80's y en la que hoy corre, podremos hallar gratos ejemplos de buenos carteles y cartelistas: *Rand, Kamakura, Fukunda, Glaser, Tanaka, Odermatt, Tissi, Nagai, Czeslewicz, Anthon Beeke, Tadanori, Yokoo, Paul Davis*, etc. Quienes han comprendido perfectamente el arte de crear carteles. *Colorido, franqueza y máxima sencillez*, pueden definir a los carteles de hoy. A menudo esa "sencillez" es la belleza de la forma despojada de toda superficialidad. Elementos mínimos, inteligentes y novedosas composiciones, que en conjunto otorgan la comunicación fácil, directa y efectiva distintiva del cartel: *"Se rechaza todo excursionismo físico y mental, en cambio, se incorpora el concepto de economía y el de ecodiseño: vivir en íntima comunión con la naturaleza, interpretar con diseños nuevos, las emociones que ésta despierta; teniendo además un respeto total hacia nuestro entorno y sus materiales, aplicando las leyes naturales y universales"* ⁴³

Esta es la nueva visión estética: progresista y reformista. Dicha tendencia de "ecodiseño" se observa claramente en Finlandia en donde su diseño se desarrolló en el propio país, logrando así establecer una cultura nacional diferenciada, dentro de la cual el diseño goza de respeto y status dentro y fuera del país. *"El famoso poder creativo de Finlandia y su originalidad, provienen de la salud de los sentidos y del contacto directo con la naturaleza que sus artistas buscan en su bello entorno"* ⁴⁴ Dichas tendencias nuevas y sobre todo aquella característica persistente de sencillez, elementos mínimos y eficacia, son los rasgos que se buscan y se premian en los concursos nacionales e internacionales de carteles. Y aunque hoy vivimos el auge de la comunicación gráfica computarizada, puedo decir, que su diseño en esencia mantiene como antes, ese carácter simple y directo.

Si bien los novedosos programas que existen nos facilitan el trabajo y nos ahorran un tiempo considerable, lo cierto es que también han cambiado la manera de diseñar carteles y todo material visual. Pues es posible manipular formas, colores y composiciones casi sin esfuerzo, hasta dar con la solución que a nuestro juicio, es la más conveniente para determinado problema comunicacional. Sin embargo, los más experimentados cartelistas (y todo diseñador) saben que tales soluciones no las obtendremos con sólo oprimir una tecla del ordenador. Porque la computadora es únicamente una herramienta más, para darle forma parcial o total a nuestras ideas o primeros bocetos: *"Sólo la mente del artista puede crear imágenes realmente insólitas, trascendentes y recordables"* ⁴⁵

Finalmente diré, que actualmente existe en todo el mundo, el talento necesario (humano y técnico) para garantizarle al cartel, su prestigio y jerarquía en el campo del diseño y la comunicación gráfica internacional... *"Los grandes hallazgos visuales, le han dado al cartel la categoría de indispensable, lo que le augura una brillante permanencia en el siglo XXI."* ⁴⁶

BIBLIOGRAFIA

(Capítulo I)

·Artes Gráficas Panamericanas. (Exposición)

Textos de Octavio Paz.

AGPA, México 1986.

· Artistas Latinoamericanos del Siglo XX. (Exposición)

Ensayo de Edward J. Sullivan.

The Museum of Modern Art, New York y la Comisaria de la Ciudad de Sevilla, Sevilla - New York ,1992.

· Así se Pinta un Cartel.

Parramón, José Ma. Instituto Parramón Ediciones, Barcelona, España , 1968.

· Bienal Internacional del Cartel en México (Primera y Segunda).

Trama Visual, U.A.M., C.N.C.A., D.D.F., México, 1990 y 1992.

· Dibujando Carteles.

Tubau, Ivan. C.E.A.C., Barcelona, España, 1979.

· Form. Function . Finland. (Graphics)

Vol. I y II, 1993. *Kirijaino Oy Libris*, Helsinki, Finlandia, 1993.

· Los Carteles su Historia y Lenguaje.

Barnicoat, John. Colecc. Comunicación Visual, Gustavi Gilli, Barcelona, España, 1976.

· Nuevas formas en Finlandia.

Coordinación: Teresa Posada Kubissa. TF. Artes Gráficas S.A., Barcelona, Junio 1990.

(Exposición organizada por la Sociedad Prodiseno y el Museo de Arquitectura de Finlandia; el Ministerio de Cultura de España y el Museo Español de Arte Contemporáneo.)

CITAS TEXTUALES

(Capítulo I)

1, 20 y 21. Parramón, José Ma.: Así se pinta un cartel

2 y 5. Tubau, Ivan: Dibujando carteles

3. Helmut Langer (Expresidente de ICOGRADA) en la Primera Bienal del Cartel en México, 1990

4, 6 al 19, 24 al 30 y 41. Barnicoat, John: Los carteles, su historia y lenguaje.

22 y 23. Leonetto Capiello (diseñador Italiano) op. cit. (4)

31. Voltaire (Filósofo Francés 1694-1778)

33 al 36. Paz, Octavio: Artes Gráficas Panamericanas.

37 y 38. Sullivan, J. Edward. Artistas Latinoamericanos del Siglo XX.

39 y 40. Piri, Marku: Form-Function-Finland (Graphics)

42 al 44. Periäinen, Tapio: Nuevas Formas en Finlandia, 1992 (Exposición)

45. Savignac, Bernard (Artista Francés) op. cit. (4)

46. Rojo, Vicente (Artista Plástico Mexicano, 1932 -) op. cit. (3)

cfr. Bibliografía específica del Capítulo.

CAPITULO II: EL CARTEL, INTERACCION DE FORMAS Y CONTENIDOS.

**(Requisitos y características, elementos formales
y consideraciones prácticas.)**

**"EL DISEÑO DE CARTELES,
ES EL TERRITORIO
DE LA VERDADERA CREATIVIDAD ."**
Alan Swann
(Diseñador Inglés.)

1. REQUISITOS Y CARACTERÍSTICAS DE UN CARTEL.

Al principio de la introducción, definí al cartel como: *“Un medio de comunicación visual que informa, transmite ideas o dá a conocer productos, llamando la atención por medio de elementos gráficos sintéticos, sencillos, atractivos, comprensibles y originales que en conjunto sean capaces de fijar recuerdos y promover acciones”*. De la anterior definición, se puede deducir que un cartel efectivo, requiere:

- **IMPACTO** : Visual y emotivo suficiente, para captar la atención del que pase cerca o junto de él. Por lo tanto, dicho impacto debe ser instantáneo.
- **SENCILLEZ** : Para lograr ese “choque” sensible, es preciso que la idea se comunique de manera simple, directa, sin ambigüedades, ya que una formulación directa, producirá una interpretación igual de directa, casi sin esfuerzo: *“El simbolismo complejo o la sofisticación excesiva, lejos de ayudar, produce dificultades de comprensión”* ¹
- **SINTESIS**: El número de elementos visuales a usar será mínimo; *“quitar en lugar de añadir”* para no complicar la información. La organización de dichos elementos, debe ser lo más exacta posible, de manera que comunique el mensaje con nitidez.
- **VISIBILIDAD Y LEGIBILIDAD PERFECTAS**: El objetivo pretendido sea visual, informativo, funcional o los tres, se cumplirá cuando una clara imagen coincida con un claro contenido o sea, en el momento que exista legibilidad sintáctica y visual. *“Hay que considerar que los carteles se verán a distancia, en sitios elevados, por encima del nivel de la vista; por lo cual, deben tener un dibujo simple o formas sin complicación, con pocos detalles y un esquema de color sencillo, pero bien contrastado que llame poderosamente la atención”* ²
- **EXPRESIVIDAD Y CONTEMPORANEIDAD**: Junto con la necesidad de comunicación visual, se encuentra siempre una necesidad humana. Un cartel es pensado y creado por y para las personas; por tanto, tiene que concebirse con sensibilidad y entusiasmo: *“Hay que desarrollar todas las posibilidades gráficas sin regatear esfuerzos, llegando hasta las últimas consecuencias de expresividad, creatividad y visualidad”*³. Un cartel no puede deshumanizarse, ser mecánico o inexpressivo, porque perdería su esencia. Claro, debemos crear imágenes de calidad artística pero sin olvidar que tales imágenes no son el fin en sí mismas, sino el medio para llegar a un fin.

Recordemos a los antiguos cartelistas Chèret, Toulouse Lautrec, El Lissitzky, Moholy-Nagy, etc., quienes crearon obras de gran expresividad sin perder de vista el sentido práctico del cartel, conjugando magistralmente contenidos y formas. Sus diseños son contemporáneos, han trascendido el tiempo porque ayer y hoy transmiten eficazmente mensajes. *“Hay que aspirar a crear diseños relevantes para las necesidades de hoy y eficaces para los años venideros”* ⁴

2. ELEMENTOS FORMALES

*"EL INTERES DEL HOMBRE EN EFECTO ,
SOLO DIRIGE SU ATENCION ,
HACIA AQUELLO QUE LE TOCA O CONMUEVE MAS DE CERCA ,
DIRECTA O INDIRECTAMENTE ,
LA ATENCION DESINTERESADA NO EXISTE ."
(E. Baudin)*

• ATENCION ESPONTANEA y ATENCION VOLUNTARIA:

En las calles de las ciudades, gran parte de gente vive apresurada, ensimismada en sus problemas; muchas veces no llega a percibir casi ningún anuncio callejero. Por tanto, la audiencia que entra en contacto con un cartel es aleatoria, áquella reparará o no en él, dependiendo de la eficacia del diseño, porque éste llama su atención. Pero la función de un cartel no termina logrando llamar la atención, más bién comienza por ahí. *"Porque esa primera atención espontánea es inestable y no dura. Si bien provoca una primera reacción, un choque sensible en nosotros, es muy probable que la olvidemos rápidamente o quede en nosotros como una idea vaga de manchas o colores sin sentido" 5*

Entonces hay que apelar además al otro tipo de atención, la que involucra al espectador con el mensaje total del cartel o sea a *"la atención voluntaria, de orden emotivo, la cual obedece a un acto razonado y conciente"* 6. Un cartel efectivo *"atrapará"* ambas atenciones: la primera más bien atraerá al espectador, pero la atención verdadera (conciente) vendrá después de la atracción e implicará darle un significado a lo que atrae...para los 2 propósitos un cartel requiere los siguientes elementos formales para transmitir mensajes: el color, la forma y el contenido; los cuales no pueden resultar interesantes sin el contraste. De éste dependerá en gran parte el éxito o fracaso de un cartel.

Pero formas, colores, contenidos y contrastes poco pueden significar por sí solos, hay que organizarlos y relacionarlos con armonía en el fondo / soporte en una entidad completa que tenga unidad, o sea disponerlos en una acertada e interesante composición. *"En todos los mensajes visuales el significado no sólo reside en las formas o en los datos del mensaje, sino también en todas las fuerzas compositivas"* 7. Además de los elementos formales antes mencionados, prestemos atención al nivel sintáctico, semántico y pragmático que un cartel debe tener. Pues el equilibrio entre signos e ideas inevitablemente llevará a la exacta comprensión del mensaje del cartel. Ahora trataré cada elemento gráfico individualmente para ampliar lo antes escrito.

**" EN LAS MANOS DE UN DISEÑADOR TALENTOSO ,
UN CARTEL IMAGINATIVO Y BIEN REALIZADO ,
PUEDE SORPRENDERNOS Y PROVOCARNOS A ACTUAR ."**

**Milton Gleaser.
(Diseñador Norteamericano)**

LA FORMA

Es sabido que la mayoría de la gente busca el apoyo visual por el carácter directo que dá a toda información; es precisamente esta cualidad de visualidad la que permite a un cartel comunicar con rapidez. Un cartelista y de hecho todo diseñador sabe que lo visual se transmite, absorbe y retiene más fácilmente porque actúa sobre nuestros sentidos. Al decir visual pensamos en seguida en formas, de las cuales podemos distinguir 3 tipos: las formas abstractas, las formas naturales y las formas geométricas. Siendo éstas últimas las preferidas de muchas personas, porque significan poco esfuerzo para entenderlas y relacionarlas.

El diseño de carteles recurre mucho a ellas (geometrismo) por su gran valor indicativo y su carácter simple, sintético... Las formas geométricas son serenas, cansan menos que las otras. Por esta cualidad, varios autores aseguran que son las más convenientes para carteles que serán vistos repetidamente, además con una buena elección de colores pueden tener mucho impacto. El uso de formas abstractas o símbolos altamente estilizados, puede dificultar la relación con el texto; si éste es mínimo o no existe, la confusión podría ser mayor. Sin embargo, a veces se acude a motivos abstractos para temas muy plásticos. En éstos casos lo esencial será resolver bien la composición, para que se entienda rápidamente la idea gráfica. *"Actualmente, es más frecuente la composición abstracta con un pequeño motivo figurativo"* 8

Al diseñar un cartel, no sólo se trata de poner formas que llamen la atención por sí mismas, sino más bien, deben facilitar y complementar el mensaje global del cartel. La medida en que se busque informar o atraer, ayudará a determinar las imágenes más adecuadas y el grado de realismo que requieran; lo importante será siempre que comuniquen nuestra idea con exactitud. *"Siempre será mejor usar las formas más simples y directas, imágenes comunes a todos, del mundo en que vivimos, conocidas....Objetos y sujetos relacionados con el ser humano, en síntesis o esquemas gráficos muy sencillos que se acerquen lo más posible a las formas geométricas"* 9

**" UN CARTEL NUNCA PUEDE SER OSCURO
NI DIFÍCIL DE ENTENDER ."**

(John Barnicoat)

• EL CONTENIDO

El contenido de un cartel, dependerá de lo que anuncie; el motivo determinará también la extensión y la manera de presentarlo, éste... *"debe resultar fácilmente legible a toda clase de personas: tanto destinatarios habituales como quienes pretenden ignorar el anuncio, los que recuerdan y los que olvidan... La atención del transéunte, deberá concentrarse en el mensaje, no en la manera de comunicar; hay que procurar el máximo grado de penetración, más que suscitar la admiración por la obra o medio visual utilizado"* ¹⁰

Un cartel de interés público anunciará algo que beneficia a toda la comunidad, nacional o internacional. Su finalidad es alcanzar a todos, entonces aquel debe contener una idea lo bastante amplia para ser comprendida e identificada por cualquiera; una idea simple, directa y corta: *"el receptor del mensaje suele recordar generalmente una sola cosa, la cual se expresará con un argumento enérgico o concepto decidido"* ¹¹ Cuando el cartel se destine a un público más especializado, entonces podrá ser más elaborado, menos agresivo y más informativo; pues el público destinatario sabrá ya del asunto. Pero en ambos casos "el contenido debe ser fácil de seguir y claro de entender, el cual comunique cosas que no admitan discusión: *"Sencillez. Pocas palabras. Evidencia e Inmediatez"* ¹²

**" TODAS LAS FORMAS DE DISEÑO
IMPLICAN UN DOBLE PROCESO:
INTERNAMENTE UN DESARROLLO CREATIVO,
EXTERNAMENTE DESARROLLO COMUNICACIONAL ."**

(Abraham Moles)

• EL DISEÑO DE MENSAJES Y EL PROCESO COMUNICATIVO

Al hablar de diseñar mensajes visuales, hay que hacerlo a la vez de comunicación. Diseño y comunicación tienen en común:

- "1) La existencia de un propósito.*
- 2) El conocimiento de los datos de base y las técnicas para materializarlos (en el caso del diseño en formas gráficas.)*

3) La utilización de recursos gráficos (equivalentes a los recursos retóricos del discurso verbal o textual) para establecer una mecánica sutil que lleve al espectador al terreno de la seducción visual y psicológica. El emisor / Diseñador centra su esfuerzo visual y comunicacional en persuadir a su receptor, para que éste actúe de una u otra manera: La información persuasiva predomina en toda clase de comunicación, incluida la visual: trátase de publicidad comercial o de información didáctica, se trata de causar impacto con una imagen sobre la sensación y el efecto de fascinación* sobre lo racional, para conseguir de nuestro receptor un fin determinado”¹³ Los elementos del proceso comunicativo se ajustan también a los requerimientos del diseño, a sus fines y al sistema que se sigue para crear mensajes visuales:

- Se estudia el contexto socio/cultural de los receptores; porque dicho marco de referencia afectará la forma de reaccionar a los mensajes.
- La fuente / diseñador elige códigos familiares a su público; para que éste pueda entender e interpretar fácilmente sus mensajes visuales.

“Los contenidos en cuestión deben resultarle al receptor convincentes y pertinentes a sus necesidades e intereses. La finalidad y los requisitos previos determinarán la forma y estructura del mensaje. Las condiciones esenciales para el buen funcionamiento de una comunicación visual son : la exactitud de las informaciones, la objetividad de las señales, la codificación unitaria y la ausencia de falsas interpretaciones”¹⁴

Otro punto importante a considerar será el nivel sintáctico o coordinación de las palabras en oraciones más grandes, porque dicha coordinación repercutirá en el impacto del mensaje (*slogan*) y en la menor o mayor eficacia para que áquel sea comprendido por los receptores. *“Los mensajes demasiado elaborados o con palabras muy rebuscadas, resultan a menudo extensos y en consecuencia poco atractivos”¹⁵* Como ya lo mencioné, para un cartel serán siempre mejor los contenidos cortos, concisos e impactantes que despierten interés; quizá resulte útil jugar con las palabras, usar el lenguaje coloquial o específico de nuestros receptores... en fin probar diversos recursos para comunicarnos con efectividad. *“Si la intención de la fuente es comunicar sus propias actitudes o sentimientos, debe elegir con cuidado las palabras, no sólo aquellas que posean significado para la fuente, sino también para el receptor”¹⁶*

* El poder de la fascinación provoca un estado de atención que implica una fuerte concentración y la reducción de la conciencia.

**" LOS PROCESOS VITALES DE LA SENSACION Y LA EMOCION ,
QUE EXPRESA UN BUEN TRABAJO VISUAL , LE PARECEN AL OBSERVADOR
DIRECTAMENTE CONTENIDOS EN EL , NO SIMBOLIZADOS ,
SINO REALMENTE REPRESENTADOS .
LA CONGRUENCIA ES TAN ASOMBROSA ,QUE SIMBOLO Y SIGNIFICADO ,
PARECEN UNA SOLA REALIDAD ."
(Susanne Langer)**

• ¿ PALABRAS O SOLO IMAGENES ?

Ya mencioné que un cartel debe establecer una comunicación muy directa para llamar la atención a través de formas o por medio de palabras: (slogan) pueden ser 2 ó 3 frases, una oración o un volúmen más o menos considerable de informaciones. Pero en todas las ocasiones el impacto debe ser inmediato, para que la gente se tome al menos la molestia de examinar el contenido del cartel: *"Hay que suponer que la gente que ve un cartel no quiere verlo; hay que contarle la historia en 6 segundos"* ¹⁷

¿ Qué es lo más importante ? Determinemos si en nuestro cartel hace falta llamar la atención hacia el mensaje con figuras o formas o bastan las palabras. Quizá en nuestro texto haya palabras difíciles, una constante, una atmósfera o un estilo que pueda entenderse con imagenes. Por otra parte, hay frases que son importantes e interesantes por sí solas, pues otorgan de inmediato la atracción/atención necesarias en un cartel, sin que le haga falta ilustraciones. Sino más bien áquel se apoyará en otros recursos visuales como el color, el contraste, la tipografía o una composición sorprendente.

Dichas decisiones son útiles, pues muchas veces se insiste en conseguir a toda costa que un "slogan" interesante o impactante, tenga visualmente las mismas características y sólo se consigue dificultar su representación gráfica, porque texto e imagen luchan demasiado. *"Cuando el texto sea lo más importante, hay que crear un diseño con elementos deliberadamente banales, que no compitan con las palabras y en donde la parte gráfica sea meramente utilitaria. Siempre hay que evitar que los elementos del diseño compitan entre sí. Si se tiene un texto que no es la gran cosa, banal, entonces se requieren soluciones gráficas interesantes, únicas y originales que se encarguen de llamar la atención del público, donde las palabras sólo comuniquen de manera directa la información requerida"* ¹⁸

Además como ya lo señalé antes, el texto o slogan debe ser corto, pero bien relacionado con el motivo gráfico, "que lo argumente, dramatice y lo exprese adecuadamente" ¹⁹ La información en general debe ser breve, simplificada y presentada de manera sencilla, atractiva y familiar al espectador. *"Hay que conducirlo de un elemento del mensaje al siguiente, en orden de importancia: "Si en cualquier punto la información se vuelve confusa, la eficiencia del cartel será afectada"* ²⁰ Si en un cartel existen ambos elementos: texto e imagen, éstos deben coincidir el uno con el otro en una misma finalidad: la de causar una impresión más o menos duradera, procurando la mejor recepción de la idea: *"El significado estará en la interacción del contenido con la forma. Ninguno puede separarse."* ²¹

**" LA TIPOGRAFIA DESEMPEÑARÁ PROBABLEMENTE ,
UN PAPEL VITAL EN EL DISEÑO .
HAY QUE CONSIDERAR LA FORMA , ESTILO E IMAGEN ,
QUE UNA SOLA TIPOGRAFIA PUEDE TRANSMITIR ,
YA QUE LAS PALABRAS PUEDEN CONSTITUIR LO PRINCIPAL DENTRO DE UN CARTEL ."**

(John Laing.)

• LA TIPOGRAFIA

Todo comunicador gráfico sabe de la importancia que los distintos tipos otorgan a un mensaje visual, pues son signos con valor estético y funcional propios. Para un cartel, dicha importancia fue entendida a principios de este siglo por notables diseñadores y artistas, quienes en aquel tiempo, crearon diseños nuevos y originales basados en ellas. Hoy se continua utilizandolas para diversos fines gráficos, pues lejos de hallarse en decadencia, la tipografía atraviesa por un período de prosperidad, pues más que nunca existe una enorme demanda de material impreso: libros, revistas, carteles, envoltorios para alimentos congelados, deshidratados, enlatados, etiquetas etc. Además las recientes tecnologías (Computadoras) han abaratado de manera real los costos de composición tipográfica y la cuatricomía, aumentando la calidad de los impresos y reduciendo considerablemente el tiempo de su elaboración.

"Tratándose de un cartel, el estilo y disposición de los tipos deben corresponder al contenido de aquel, además de resultar atractivas para la gente. El mensaje del cartel se estructurará con tipos claros legibles, más grandes y separados de lo normal; tomando en cuenta que en la mayoría de los casos el cartel se verá de lejos y en poco tiempo, por tanto requiere legibilidad inmediata. De utilizarse letras muy decoradas o de trazo fino, éstas deben ser aún más grandes para que logren dicha legibilidad. En todos los casos la longitud del texto debe ajustarse a las medidas del soporte y al tamaño de los tipos" ²²

**" EN TODA FORMA DE COMUNICACION VISUAL ,
ALGUNAS IDEAS O ELEMENTOS ,
DEBEN ENFATIZARSE MAS QUE OTROS .
EL CONTRASTE ES LA FUENTE DE TODO SIGNIFICADO ,
Y ES LA HERRAMIENTA MÁS PODEROSA DE UN DISEÑADOR ,
PARA DARLE UN AGUDO ENFOQUE AL SIGNIFICADO ."**

(Dondis, D.A.)

■ EL CONTRASTE

La anterior definición engloba la importancia del contraste en todo trabajo gráfico; para un cartel es vital pues a través de él se destacan las imágenes ó motivos más importantes para despertar interés. Algunas veces los mismos elementos con los que diseñamos lo establecen, otras más se debe introducir intencionalmente cuando hace falta un énfasis visual. *"En efecto, el contraste enfatiza características, crea sensaciones y nos ayuda a identificar las formas, aumentando la variedad de la composición, porque es la técnica visual más dinámica: el contraste figura / fondo es continuamente necesario para que podamos distinguir las formas, de hecho éstas se perciben por contrastes en el campo visual"*²³

La falta o insuficiencia de contraste puede crear diseños monótonos, sin carácter e interés; pero un exceso de contraste puede romper la unidad de la composición: *"Al usar elementos diversos para crear variedad (contraste) el mérito no está en acentuarlo, sino en usarlo sin alterar la armonía compositiva. En términos generales, el contraste debería de ser maximamente visible en el centro de interés; pero no debe introducirse como un añadido, sino emerger naturalmente"* ²⁴ En un mensaje visual los contrastes pueden estar en la forma, el tamaño, el color, la textura, la posición, la dirección y en los efectos espaciales ó bien en la cantidad o densidad de dichos elementos; pero nunca puede estar presente en todos, porque crearía un "caos visual".

**" LA MIRADA HUMANA PERCIBE LA FORMA ANTES QUE EL COLOR ;
SI CON LA FORMA LOGRAMOS EL PRIMER IMPACTO ,
EL COLOR SERA FUNDAMENTAL PARA RETENER LA ATENCION,
SOBRE LA CAPACIDAD
REFLEXIVA Y EMOCIONAL DEL INDIVIDUO ."**

(Parramón, José Ma.)

EL COLOR

El color es otra arma fundamental para un diseñador de carteles, pues tiene mucho que ver con las sensaciones humanas y un cartel se dirige a las personas... Con el color podemos captar y atraer la atención más rápidamente (hasta un 80%) lo cual difícilmente logra una imagen en Blanco y Negro. Además el color representa la mejor manera de evitar que nuestro cartel se "pierda" en el gris de las ciudades: *"Un cartel en la calle de colores banales, fijado entre otros carteles igualmente banales, se mezclará con ellos, anulándose en la uniformidad"*²⁵

Sin embargo no es necesario crear carteles multicolores o estridentes que molesten la vista; "un buen cartel puede resolverse con pocos colores, (los primarios, secundarios y terciarios) que complementándose con negro, blanco y grises, dan excelentes resultados visuales. *"Para llamar la atención mediante el color: 1) UTILICE POCOS COLORES. 2) PINTE CON COLORES CLAROS, LUMINOSOS, 3) SIN DEGRADADOS. 4) PINTE CON COLORES SATURADOS, PUROS, SIN MEZCLAS, Intensamente vivos, tal y como salen del tubo"*²⁶ Cuando se trate de color para las tipografías se debe considerar sobre todo la legibilidad, que uno u otro matiz ofrezca sobre determinado fondo: *"Un rótulo ó forma oscura sobre un fondo claro es siempre más legible y comprensible que a la inversa. (Es preferible la imagen positiva a la negativa)"*²⁷

EL CONTRASTE DE COLOR

Si bien cada color puede disminuir o aumentar el grado de atención de un cartel, una acertada combinación de colores ejercerá una atracción favorable, sobre los sentidos y el subconsciente del espectador afectándolo más que las palabras. Existen diversas maneras de mezclar colores, pero los matices contrastados sorprenden y estimulan más que otro tipo de combinaciones. El contraste de color incrementa el impacto de las formas, concretando por completo la función del cartel: atracción / atención. *"Puede haber contraste de color y de tono (o valor) entendido éste como el grado de claridad y oscuridad de un color. El contraste de color se obtiene con la yuxtaposición de dos tonalidades distintas: como negro con blanco, los cuales representan el contraste máximo, éstos producen un gran impacto porque representan la oposición total. Con los colores complementarios también se obtienen grandes contrastes, los cuales*

pueden tener un efecto mayor si manejamos a la vez el contraste de tono. Al contrastar colores hay que considerar 2 leyes:

"La ley de contrastes simultáneos que nos dice: un color resulta más claro cuanto más oscura es la tonalidad que lo rodea (el color envuelto es alterado por el color envolvente)

Y la ley de contrastes sucesivos que explica: que un color arroja sobre el color vecino, su propio complementario" 28

• LA ARMONIA DEL COLOR.

Si el color es un importante elemento visual en todo trabajo gráfico, igual o más lo será la armonía de matices, su justa medida y la proporción que entre colores, valores y extensiones utilizemos*. Porque no basta usar muchos colores con grandes contrastes, sino más bien resolver el cartel con el mínimo de ellos: uno que domine y otros que lo apoye sin luchar con él. *"De hecho no hay color que no pueda armonizar con otro, sólo se trata de encontrar para cada caso el tono y el matiz adecuados" 28*

• EL LENGUAJE DEL COLOR.

Tomemos también en cuenta las sensaciones de calidez o frialdad, proximidad o lejanía que colores cálidos (rojo, amarillo y naranja) y colores fríos (azul, verde y violeta) pueden dar. *"De hecho el color no tiene efectos sobre la piel, el que un color parezca frío o caliente se debe a asociaciones mentales o emocionales" 30* Así pues el atractivo se fundamentará en las emociones que cada color despierte para la mayoría de la gente (el rojo pasión, fuego, sangre etc. El azul calma, lejanía, el mar etc.) Estas asociaciones son subjetivas y quizá poco determinantes porque cambian de persona a persona; pero no podemos dejarlas de lado y basarnos sólo en nuestras preferencias personales, pues muchas de esas asociaciones son compartidas por un gran número de personas y hasta llegan a establecerse usos específicos, aceptados y reconocidos para cada color. *"Los gustos cambian de generación en generación y según la edad, el sexo, la raza, la educación, el entorno cultural, etc. de cada individuo y por ello es difícil establecer normas específicas para la creación efectiva de esquemas de color" 31*

* Ley de Areas: Cuanto más intenso o saturado sea un color, tanto menor debe ser su extensión o tamaño. Cuando se rebasa esta norma, el resultado son áreas agrisadas que se repiten y abruma. (El color en la Publicidad, LEDA, España.)

**" EL PROGRESO NO PROVIENE DE LA NUEVA FORMA ,
SINO DE LA NUEVA ORGANIZACION ."
(Moholy- Nagy , diseñador húngaro.)**

■ LA COMPOSICION

Al tener ya decididos formas, contenidos, tipos, color y contrastes, habrá que ordenarlos en el espacio, darles sentido para que transmitieran el mensaje del cartel... Se está hablando de Composición: *"Concentración de la idea en una organización de signos sobre el espacio formato"*³² Las decisiones compositivas del diseñador, implicarán lo que el espectador recibirá al ver un cartel. Para que éste resulte visualmente efectivo se hará coincidir la forma con el contenido y el propósito con la composición. Con dichas interacciones podemos obtener el efecto deseado, *"Suscitando el interés con una forma estéticamente agradable y fácilmente legible"*³³

No está de más tener en cuenta las observaciones que en su libro *"Fundamentos del Proyecto Gráfico"* Germani y Fabris dicen acerca de los **"FACTORES QUE SUSCITAN UN MAYOR INTERÉS en nuestros diseños:**

- *Vivacidad en la composición; sugerida por la forma, el contenido, el color y el estilo.*
- *La facultad de poner en funcionamiento ciertos conocimientos instintivos o adquiridos.*
- *Relacionar dicha composición con el conocimiento del individuo"*³⁴

■ UNIDAD CON VARIEDAD

Hablar de composición implica hacerlo a la vez de unidad, variedad, interés, resalte, subordinación, contraste, espacio, armonía, equilibrio, ritmo, simetría, movimiento... estas entidades gráficas son las que otorgan carácter a un diseño. Teniendo un buen control de ellas se pueden crear carteles funcionales *"No hay carteles buenos o malos: hay carteles eficaces y carteles inútiles"*³⁵ Anteriormente se dijo que debemos manejar cada uno de los componentes gráficos con un sentido de "economía", con medida pero con expresividad, Moretti en su *Araldo Gráfico* lo resume así: *"Con la figura del formato y un sólo bloque de texto se pueden lograr composiciones muy bellas"*³⁶

Al componer habrá que seguir usando esa "norma de economía", procurando la máxima eficacia con el mínimo de elementos, introduciendo primero uno y luego otro, evitando en todo momento que un exceso ahogue el cartel: *"Nunca hay que utilizar nada por el sólo hecho de utilizarlo; siempre hay que examinar y justificar todo..."*³⁷ Utilizando el tipo y el grado exacto de elementos, en el lugar adecuado obtendremos unidad: *"Construir con unidad debe ser el objetivo final de una buena composición; porque la unidad evita la confusión, dá sentido de claridad, seguridad y estabilidad"*³⁸

Lo anterior no significa que hagamos composiciones planas o monótonas; dentro de esa unidad tenemos que crear variedad: *"La variedad consiste en el modo de colocar los elementos, para crear interés: cuanto más variada sea una composición, mayor será el interés que suscite. Del cual se derivará la fuerza de atracción sobre el observador para que éste descubra en la forma propuesta el mayor número de intereses"*³⁹ Si además podemos agrupar los signos gráficos mediante el color, la forma, el tamaño, la dirección, etc., la unidad en la composición estará asegurada..

**" LA BELLEZA DE UNA COMPOSICION ,
NO SOLO RADICA EN LAS GRANDES VARIACIONES ,
SINO TAMBIEN Y ESPECIALMENTE ,
EN LA BUSQUEDA INCESANTE DEL DETALLE."
(Wong Wucius)**

■ RESALTE OPTICO Y CENTRO DE ATRACCION VISUAL

Sea mediante una composición clásica o estática, que otorga tranquilidad visual (la cual está regida por el equilibrio, la simetría y demás normas específicas.) O a través de la composición dinámica o libre dominada por el contraste, (sin reglas constantes pero que guarda la armonía y el equilibrio en sus partes) el objetivo al componer un cartel será suscitar interés, mediante el resalte y la subordinación de los motivos gráficos. *"El resalte o contraste implica que haya un factor dominante, sin éste la composición se hará precisa y plana; pero excesivos contrastes provocarán un desorden visual: Con la adecuada tensión y acomodamiento de los elementos coordinados hacia un único resalte óptico y una subordinación calculada se alcanzará el orden"* 40

Determinemos de antemano: qué elementos del cartel destacaremos, con qué técnicas y en qué zonas del espacio visual. Ese resalte óptico (elementos destacados) determinará el centro visual o de tensión, conocido también como centro de atracción e interés de una composición; donde se colocarán los elementos, formas y contenidos, que pretendamos sobresalgan de nuestro diseño: *"El centro de interés otorga un gran valor de atención, provocado por una fuerte energía, un jalón que atrae al ojo"* 41 Al diseñar un cartel se deben evitar los planos generales o de conjunto, optando mejor por imágenes en primeros planos que tengan un centro de interés bien calculado:

"Sin un centro de interés no hay énfasis visual y el diseño se convierte en una simple agregación de partes. Una composición informal debe coordinar sus elementos alrededor de dicho centro. La composición formal no requiere necesariamente de áquel, pues tiene puntos de referencia obvios y un eje central que rige los elementos. Una anomalía en este tipo de composición se convertirá en seguida en el centro de interés, volviendo la composición de formal a informal" 42

■ EL MANEJO DEL ESPACIO O "BLANCOS".

Será otro factor gráfico a considerar al realizar o crear una composición. Nos podemos valer del espacio en blanco para crear diseños visualmente equilibrados, serenos, que no cansen... *"El espacio en blanco al igual que el silencio puede ser oro, cuando se utiliza correctamente. El "blanco" debe ser desplazado hacia el exterior; si aparece en el centro de la composición "arrojará" a los elementos en todas direcciones y el lector no podrá percibir claramente la unidad"* 43 Al diseñar un cartel, el acertado manejo de "blancos" es de vital importancia para intensificar los efectos visuales y en general el impacto de áquel. Si además se seleccionan acertadamente las formas, el texto, la tipografía, el color y los contrastes precisos y dichos motivos gráficos se organizan bien, podremos crear un cartel funcional y estético.

■ LA UTILIZACION DE FIGURAS RETORICAS COMO RECURSO VISUAL

*"Las figuras retóricas son maneras de presentar imágenes o mensajes para hacerlos más impactantes".*⁴⁴ Muchos artistas gráficos las utilizan para crear diseños novedosos, llamativos y acrecentar el choque visual de una forma, un texto o ambos, en el caso de un cartel. Pero algunos autores opinan que el manejo de tales recursos retóricos en las comunicaciones visuales o escritas conlleva "algo más"; pues se pretende implicar al receptor totalmente, llegando a su inconsciente sin que él lo note y lograr de esta manera su aceptación hacia ideas o productos, que posiblemente rechazaría de otra forma. *"Porque dichas figuras aportan la satisfacción de un deseo prohibido o un determinado placer...y desempeñan una función latente cuyo cometido es distraer, evadir o formar"*⁴⁵

Si bien, la mayor parte de los estudios respecto a la retórica visual, se han concentrado en la publicidad comercial (anuncios de T.V., espectaculares, etc.) *"la interpretación en términos de retórica puede extenderse al cartel y a casi todas las manifestaciones donde se recurra a imágenes visuales"*⁴⁶ Y además considerando que lo visual actúa más rápidamente por medio de imágenes, elementos gráficos y toda simbología icónica: líneas, texturas, color, etc. *"Los cuales pueden ocasionar figuras retóricas y afectar el inconsciente del receptor. Por ejemplo, se ha demostrado que el color favorece particularmente el juego de las figuras retóricas..."*⁴⁷ Esto me resulta hasta cierto punto lógico, pues el color ejerce una notable influencia sobre las sensaciones y emociones del ser humano, por tanto, frecuentemente es capaz de afectarlo mucho más que las palabras.

Y precisamente *"para la retórica nada hay en el intelecto que no pase antes por lo emotivo"*⁴⁸ Entonces el objetivo fundamental de las figuras será: *"Enfatizar, atenuar, repetir, suprimir o sustituir las características de los elementos visuales y/o lingüísticos, para causar impacto, creando sensaciones con el propósito "de convencer y reforzar el sentido que se quiere hacia algo o alguien, despertando simpatía o rechazo"*⁴⁹ Quizá a simple vista la utilización de figuras retóricas parecería un recurso visual "inofensivo"; sin embargo hay quien lo considera algo así como un "juego sucio", que no tiene nada de espontáneo y está totalmente calculado para ofrecer siempre con sus mensajes una felicidad inmediata o a plazos, aunque sea irreal. Durand afirma que: *"toda figura retórica corresponde a la transgresión de una norma, a una violación de la realidad física, del lenguaje, de la lógica, de la moral..."*⁵⁰ Dicha posición tiene también su importancia pues si bien los recursos retóricos deberían ser entendidos sólo como tal, lo cierto es que muchas veces son llevados más allá del límite permitido, pasando por encima de toda norma visual, moral y legal. Convirtiéndose en el fin del medio y no en un medio para llegar a un fin.

■ LO VALIDO DE LOS RECURSOS RETORICOS

De cierto modo los carteles aquí presentados y todos, buscan en efecto implicar, comprometer e incluso conmover a la gente con sus temas en forma de mensajes gráficos. (Como lo hicieran en su momento aquellos que conforman el análisis

gráfico / retórico del próximo capítulo.) Esos carteles recorrieron varios lugares del mundo alcanzando éxito y una cálida recepción de la gente. La cual era distinta de región en región, pero compartía la preocupación, el respeto y el interés hacia los derechos humanos, la gente, el planeta... Los diseñadores utilizaron diversos recursos visuales y algunos retóricos para conseguir la atención hacia sus carteles y principalmente hacia el tema que tratan en ellos. Yo considero que el hecho de utilizar figuras retóricas en las comunicaciones visuales, no resta mérito al trabajo de los diseñadores gráficos, ni debe ser tampoco motivo de severas críticas o especulaciones respecto al objetivo básico del material en cuestión, trátase de un cartel, un folleto, una fotografía o un anuncio televisivo.

Por supuesto muchas veces la comunicación gráfica podrá resolverse con "sencillos" recursos gráficos, pero otras más hará falta recurrir a estrategias retóricas premeditadas, apelar más a los sentimientos de la gente, conmoviera o halagarla para lograr que se adhiriera a nuestras ideas o puntos de vista. *"La cuestión fundamental de los mensajes visuales estará en las variantes: el éxito se jugará en sus detalles".*⁵¹ Esto resulta vital en el caso de un cartel. Se dice que en la guerra, el amor y la política todo se vale para ganar, yo me atrevería a decir que también en la comunicación visual; sí, pero todo lo ético y lo legal. Yo creo que el término impactar no debe significar necesariamente lo grotesco, lo vulgar... sino más bien entenderse como el afán de sorprender gratamente. *"La retórica publicitaria encierra figuras lícitas e ilícitas, por tanto el comunicador tiene una responsabilidad con los valores que evocará en sus mensajes visuales o escritos; pues al mezclar constantemente valores y sentimientos universales se corre el riesgo de desacreditarlos"*⁵²

■ CLASIFICACION DE LAS PRINCIPALES FIGURAS RETORICAS, UTILIZADAS EN LA COMUNICACION VISUAL.*

"Atenuación.- Su función es el disimular los defectos.

Antítesis.- Es el enfrentamiento de los extremos.El eterno tema de la bella y la bestia, el bien y el mal, etc. Roland Barthes la clasifica como IRONIA, a la cual entiende como contrariedad.

División.- Como su nombre lo indica su misión es fragmentar el mensaje para producir un mayor impacto.

Hipérbole.- A través de esta figura, se pretende agrandar o disminuir exageradamente verdades o cualidades. Daniel Prieto Castillo la llama ampliación.

Metáfora.- El usar esta figura posibilita una identificación del sentido que una simple presentación no daría, ya que la metáfora supone un mensaje oculto, una doble interpretación o un doble sentido.

Metonimia.- Consiste en designar una cosa con el nombre de otra, cuando ambas están juntas.

Paradoja.- Dicha figura se reconoce cuando encontramos una afirmación absurda con apariencia de verdadera.

Sinécdoque.- Por medio de la cual se representa el todo por una de sus partes.

Síntesis.- Esta figura permite compactar o resumir el mensaje en el menor número de elementos."

* 53.Cfr. Bibliografía específica al final de este capítulo.

3. CONSIDERACIONES PRACTICAS.

" LAS TECNICAS SERAN SIEMPRE LAS QUE ACTUARAN MEJOR COMO CONECTORES , ENTRE INTENCION Y RESULTADO . "
(Bruno Munari)

En este punto me corresponde hablar del nivel pragmático del cartel; que a mi consideración puede dividirse en 3 partes:

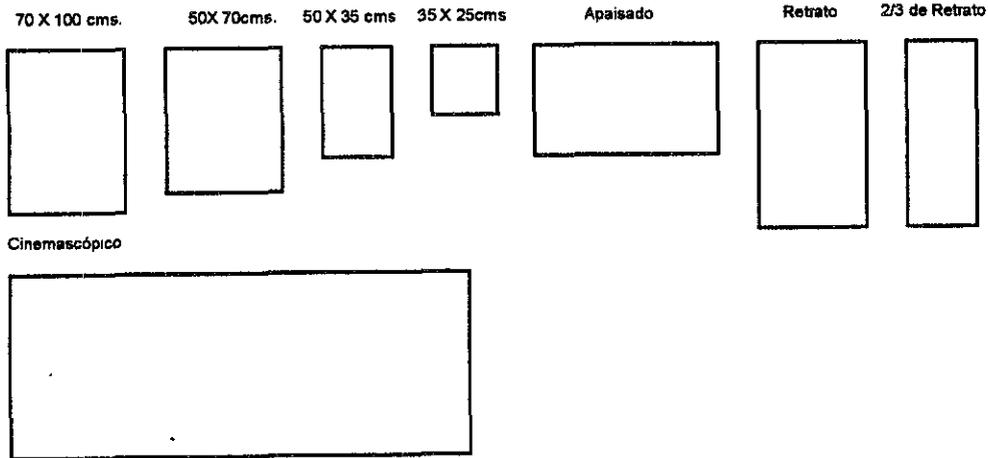
1) LA UBICACION .- Ciertamente al diseñar un cartel una de las primeras determinaciones a tomar es el tamaño y la forma que tendrá; esta decisión puede regirse por el sitio donde el cartel se expondrá, por ejemplo: Algunos carteles se destinarán a lugares de mucho paso, donde gente distinta los verá a diario; en tal caso el cartel debe influir de una manera más intensa y rápida, pues cada persona tendrá contacto con el cartel por un tiempo muy corto. También se puede localizar previamente los lugares o zonas donde se concentra determinada audiencia (escuelas, teatros, centros comerciales, etc.) para "alcanzarla" fácilmente y concretar el propósito que buscamos.

2) EL SOPORTE / FORMATO .- *"El soporte debe sugerir y estimular no sólo al público sino a la inventiva del artista mediante la atracción de las distintas estructuras que el mismo soporte pueda contener. Cuanto más unidas estén el soporte y la obra, mayor será su valor"*⁵⁴ Entonces en todo trabajo gráfico será de los principales aspectos a tomar en cuenta, pues del soporte / formato, dependerá la mejor o peor funcionalidad del diseño. El espacio, soporte o superficie del cartel, será el ente físico que contendrá los elementos de nuestra composición y hará visible el mensaje visual y/o comunicacional. *"Toda información tiene su soporte óptimo: el de una información callejera o cartel debe considerar el valor cromático y el efecto figura / fondo, tanto del cartel como de la señal del ambiente"*⁵⁵ Las características físicas del soporte: transparencia u opacidad, de liso o áspero, de brillante o mate, de delgadez o grosor, etc., afectan mucho al color; por tanto dichas cualidades deben ser valoradas bajo los efectos de la luz. Por ejemplo las superficies suaves y brillantes al reflejar la luz acentuarán el color, mientras que las mates al absorberla, apagarán el color, agrisándolo.

3) TAMAÑOS Y MEDIDAS DE LOS CARTELES : (Formatos) Al elegir el formato de un cartel no sólo deben intervenir factores estéticos, sino sobre todo prácticos y funcionales. La mayoría de las veces la misma composición sugiere el tamaño y características del formato. Así, existen medidas y formatos "standard" aceptados internacionalmente para la impresión de carteles :

70 x 100 cms. La medida internacional, usada comunmente en muros o paredes.
50 X 70 cms. ó *media hoja*, utilizando también muros ó paredes .
1/8 de hoja. (Retrato). Utilizados para publicidad en el punto de venta: interiores de tiendas, vitrinas y escaparates. **25 x 35 cms.** y **35 x 50 cms.**
"Pero muchas veces un cartel de 70 x 100 será reducido a un cartel pequeño ó de

mostrador, si es un cartel de teatro o cine, posiblemente se reducirá para ser utilizado como programas de mano, etc. Resolviendo de esta manera, varios problemas de comunicación visual, con un sólo diseño". Sin embargo, en cada país dichos tamaños son muchas veces adaptados o cambiados en menor o mayor escala, ya sea por cuestiones prácticas o de expresividad de los artistas. Así encontraremos carteles que sobrepasen el formato regular, (70 x 100 cms.) otros serán aún más pequeños de lo normal y algunos más que tendrán proporciones poco usuales: (apaisado, retrato, 2/3 de retrato, ó cinemascópico.)



■ SISTEMAS DE IMPRESION.

La elección del método de impresión o reproducción dependerá de los siguientes factores: **1) El número de ejemplares deseado. 2) El presupuesto disponible. 3) La calidad necesaria. 4) La fecha límite de terminación del proyecto.** Ahora bien, cada sistema de reproducción tiene sus aplicaciones más apropiadas, sus ventajas e inconvenientes; éstos básicamente tienen que ver con la calidad y el precio, el cual aumenta con el número de colores que se utilicen. Es por ello que se insiste en procurar resolver el cartel con pocos colores, no sólo por cuestiones visuales sino también económicas. A continuación, presento las características de los principales sistemas de impresión así como sus ventajas y desventajas, para determinar en base a estos datos el más adecuado para imprimir esta serie de carteles. (167)
(Posteriormente, realicé también un breve análisis de algunas variedades de papel y un presupuesto aproximado para un tiraje de 1000 carteles, pags. 43 y 44 respectivamente.)

" Imprenta (Tipo movable)

La imprenta tradicional imprimía todo el texto con tipos de metal y las ilustraciones con grabados, ambos elementos se imponían (unían) para crear una forma. Actualmente se utilizan "duplicados" o "electroclichés" para cada página o forma completa. Existen 4 tipos fundamentales de prensas tipográficas: La Prensa de Platina o Minerva, La Prensa Plana de Cilindro, La Prensa Rotativa y La Prensa de cinta, mediante las cuales se realizan diversos trabajos impresos que van desde material de escritorio, boletos, folletos pequeños e incluso libros y revistas de tiradas cortas (2000 o 3000 copias). Aunque las prensas rotativas son capaces de producir materiales de gran tirada (periódicos, revistas, etiquetas...) Este sistema de impresión fue el dominante hasta mediados de los 60's. Pero hoy la mayoría de los materiales gráficos mencionados se hacen mediante procesos de offset.

Ventajas:

- . Utiliza tinta densa
- . Calidad de Impresión
- . No plantea problemas de equilibrio entre agua y tinta.
- . Desperdicia menos papel que otros procesos

Desventajas:

- . Elevado coste de la superficie de impresión. (Tipos y grabados)
- . Papel más caro para obtener los mismos resultados que en otros procesos
- . Las máquinas de pliegos funcionan despacio.

Offset Litográfico

Este es hoy en día el principal proceso de impresión para toda índole de trabajos: libros, revistas, latas, cajas, material de escritorio, carteles etc. (salvo los muy especializados como ciertos envoltorios y publicaciones de gran tirada, más de 100, 000) Dicho proceso funciona con el mismo principio que la Litografía: la zona que se va a imprimir es sometida a un tratamiento químico para que acepte la grasa

*(tinta) y rechace el agua. En tanto que la zona sin dibujo o el fondo se tratará con otro químico para que acepte el agua y rechace la tinta. Esta impresión planográfica es hoy llamada **offset** porque la imagen se imprime primero en una mantilla de caucho "offset" que a continuación se imprime sobre el papel. Así, la **Litografía Offset** requiere una preparación mínima, pues la imagen se elabora en un trozo de metal y la mantilla de caucho nivela la superficie que se imprime, permitiendo trabajar sobre materiales muy variados. Además las máquinas cuatricromáticas consiguen todos los colores a partir de los 4 básicos, amarillo, magenta, cian y negro, sin producir desajustes o ilustraciones mal registradas, dada la velocidad a la que se imprime cada color.*

Tanto las prensas de hojas sueltas como las de pliegos continuos aceptan papeles que van desde el A4 hasta el doble del A0 o incluso mayores, pudiendo alcanzar una velocidad de entre 15,000 y 50,000 copias por hora. Y dado que la imagen se deposita sobre el papel, en lugar de presionarse mediante una superficie en relieve, es posible conservar los más finos detalles, incluso en papeles fibrosos blandos, pues la mantilla de caucho se adapta perfectamente a la superficie.

Ventajas:

- . Buena reproducción y perfecto detalle de las fotografías. (Semitonos)*
- . Costes económicos*
- . Se puede trabajar sobre un amplio surtido de papeles.*
- . Gran rapidez de impresión.*
- . Fácil preparación de las prensas offset.*

Desventajas:

- . Puede existir variación del color de la tinta debido al equilibrio agua/tinta.*
- . La humedad causa problemas al papel, pudiendo llegar a deformarlo, originando problemas de registro.*
- . Dificultad en el secado de las tintas.*

Huecograbado (Conocido hoy como Fotograbado o Rotograbado)

Hoy la superficie de impresión se obtiene a través de una película sin necesidad de grabar a mano; obviamente este sistema es un proceso en "hueco", donde la imagen está tallada, ligeramente undida en una plancha electrocobreada o en una teja, la cual se llena de una tinta muy fluída de base alcoholica que seca inmediatamente por evaporación. El exceso de tinta en la plancha es eliminado con una rasqueta y el papel se introduce en la prensa, enrollado en un cilindro de caucho que lo presiona contra los huecos para absorber las gotas de tinta que forman la imagen.

La mayor parte de las máquinas de rotograbado son de bobina y muy grandes, que imprimen a una velocidad de 50,000 copias por hora, disponiendo al igual que las "offset" de un sistema electrónico para el control del registro y el color. Por tanto son utilizadas para tiradas muy largas (300,000 copias o más) de revistas, catálogos, suplementos, envoltorios, láminas decorativas y papel pintado.

El huecograbado por pliegos se emplea para imprimir libros de arte y fotografías de gran calidad, pues al trabajar con tramas más finas que en otros procesos se obtiene un mayor contraste tonal y gran detalle, incluso cuando se trabaja en papeles baratos.

Ventajas:

- La impresión y el mecanismo de las prensas son sencillos.*
- Mantiene el color invariable.*
- Alta velocidad de impresión por hora.*
- Sencillo secado de la tinta de evaporación.*
- Buenos resultados de impresión en papeles baratos.*

Desventajas:

- Alto costo de las planchas o tejas.*
- El huecograbado con bobina sólo es viable para grandes tiradas (Más de 300,000).*
- Las pruebas y correcciones de color, así como las de última hora son caras y difíciles.*

Serigrafía

Este sistema se viene utilizando desde la antigüedad para producir una imagen, utilizando pantallas. La posibilidad de aplicar una capa de tinta espesa, hace que este sea un proceso ideal para imprimir carteles o cualquier otra imagen sobre casi todo tipo de materiales . (vidrio, metal, madera e incluso papeles muy delgados.) Así pues se trata de un proceso de múltiples usos y realmente eficaz, si se emplea adecuadamente, además dada la densidad de la capa de tinta, la serigrafía puede incluso imprimir blanco sobre negro, colores metálicos y fluorescentes con mejores resultados que en otros procesos.

Ventajas:

- Puede imprimir una densa capa de tinta.*
- Económica para tiradas cortas (Menos de 100 copias).*
- Imprime sobre cualquier material.*

Desventajas:

- Dificultad para producir detalles de tipos pequeños, fotos y dibujos .*
- Ritmo de producción lento.*
- Precisa secado.*

Flexografía

Proceso derivado de la tipografía (Imprenta) que utiliza planchas flexibles y tintas fluidas que secan rápidamente por evaporación. Las formas están hechas de caucho y la imagen está en relieve, como en la tipografía convencional. La mayoría de las prensas flexográficas son de bobina y se emplean fundamentalmente para envoltorios de celofán, impresiones sobre plástico y planchas metálicas, e incluso puede imprimir revistas y periódicos regionales y libros de bolsillo. La Flexografía es un proceso relativamente económico, pues las planchas son baratas y fáciles de preparar, y el principio rotatorio permite utilizar las prensas a gran velocidad. Entre los inconvenientes se incluye la dificultad para reproducir detalles y la tendencia a variar los colores"⁽¹⁵⁷⁾

BIBLIOGRAFIA

(Capítulo II)

· Así se Pinta un Cartel.

Parramón, José Ma. Instituto Parramón Ediciones, Barcelona, España, 1968.

· Bases del Diseño Gráfico.

Swann, Alan. Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, España, 1990.

· Dibujando Carteles.

Tubau, Ivan. Ceac Comunicaciones, Barcelona, España, 1979.

· El proceso de la Comunicación . (Teoría y Práctica)

Berló, K. David. Ed. El Ateneo, Buenos Aires, Argentina, 1969.

· Fundamentos del Proyecto Gráfico.

Germani-Fabris. Ed. Don Bosco, Barcelona, España, 1973.

· Haga usted su Diseño Gráfico.

Laing, Jonh et al. Ed. Blume, Madrid, España, 1984.

· Imagen Global . (Enciclopedia del Diseño)

Costa, Joan. et al. C.E.A.C. Comunicaciones, Barcelona, España, 1987.

· La Publicidad y la Imagen.

Victoroff, David. Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, España, 1980 .

· La Sintáxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual.

Dondis, D.A. Ed. Gustavo Gill, Barcelona, España, 1976

· Manual de Producción para las Artes Gráficas.

Bann, David, Ed. Tellus, Barcelona, España, 1988.

· Olvide todas las reglas de diseño gráfico que le hayan enseñado, incluso las de este libro.

Gill, Bob. Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, España, 1982.

· Principios del Diseño en Color.

Wong, Wucius. Ed. Gustavo Gill, Barcelona, 1988.

· Retórica de la Imagen.

Barthes, Roland. en "Comunications" No. 4, 1964, pág. 2.

· Retórica y Manipulación másiva.

Prieto, Castillo, Daniel. U.A.M., México, D.F., 1987.

CITAS TEXTUALES (Capítulo II)

- 1, 7, 23 y 24. Dondis, D.A. La sintáxis de la Imagen.
- 2, 19, 20, 21 y 48. Laing, John et. al. Haga usted su Diseño Gráfico.
3. Enric Huget. (Cartelista Español) op. cit. (5)
- 4, 22 y 37. Swann, Alan. Bases del Diseño Gráfico.
- 5, 6, 8, 9, 26 y 27. Parramón, José Ma. Así se pinta un Cartel.
- 10 y 11. Reeves, Rosser. La realta publicitaria, ed. Parenti, Milán, Italia, 1960
- 12, 32, 34 38, 39, 40, 41 y 55. Germani-Fabris et.al. Fundamentos del Proyecto Gráfico.
13. Moles, Abraham et.al. Imágen Global. (Enciclopedia del Diseño)
- 14 y 25. Munari, Bruno. Diseño y Comunicación Visual.
- 15 y 16. Berló, K. David. El proceso de la comunicación.
17. H. W. Hepner. (Diseñador Inglés)
- 18 y 33. Gill, Bob. Olvide todas las reglas de diseño gráfico que le hayan enseñado...
- 28, 29, 30, 56 . Tubau, Ivan. Dibujando Carteles.
57. Bann, David. Manual de Producción para las Artes Gráficas.
- 31, 43 y 54. Wucius, Wong. Principios del diseño en color.
35. Lars Sjöstrom. (Cartelista Alemán)
36. Moretti, Araldo gráfico, Milán, Italia, 1961.
42. Gillam, Scott. Fundamentos del Diseño, edit. Victor Lerú, Buenos Aires, Argentina, 1975.
- 44, 48, 49, 51 y 53. Prieto, Castillo, Daniel. Retórica y Manipulación Másiva.
- 45, 46, 47, 52 y 53. Victoroff, David. La publicidad y la imagen.
50. Durand, J. (Citado en la Publicidad y la imagen de Victoroff, David.)

cfr. Bibliografía específica del Capítulo.



CAPITULO III. ¿ PORQUE Y PARA QUIEN SE CREAN LOS CARTELES SOBRE DERECHOS HUMANOS ?

(Análisis gráfico/retórico de 12 carteles sobre Derechos Humanos.)

" UN CARTEL PREGONA EVENTOS Y FESTIVALES.

GRITA JUSTICIA.

RECLAMA DERECHOS..."

**Fernando Medina.
(Diseñador Español)**

■ UNA BREVE EXPLICACION SOBRE LOS DERECHOS HUMANOS.

Habiendo ya tratado en los capítulos anteriores los datos históricos y los elementos formales del cartel, en el presente analizaré algunos de ellos, los cuales han sido realizados por diversos artistas gráficos, teniendo como tema principal los Derechos Humanos. Pero antes creo necesario definirlos: *los Derechos Fundamentales del Hombre (como los denomina la Carta de las Naciones Unidas) "son los derechos que todo individuo posee por el hecho de serlo, por su propia naturaleza y dignidad. Dichos derechos están íntimamente unidos a la esencia humana, por tanto son inalienables e intransferibles. - Como el derecho a la vida y a la libertad, a la seguridad e integridad de las personas. El Derecho a un Medio Ambiente limpio y ecológicamente equilibrado, a la Paz y al Progreso.(cfr. apéndice 2) Los Derechos Humanos y las Libertades Fundamentales permiten desarrollar y emplear cabalmente nuestras cualidades humanas: nuestra inteligencia, nuestro talento... Satisfaciendo así las múltiples necesidades que tenemos, principalmente las espirituales. Se basan en una exigencia cada vez mayor de la humanidad a una vida en la cual, la dignidad y el valor inherentes a cada ser humano reciban respeto y protección" 1*

Por tales derechos se ha luchado desde la antigüedad, hoy son reconocidos mundialmente, lo cual desafortunadamente no significa que se haya logrado su total reivindicación y protección. Por el contrario hay mucho que hacer al respecto, la preocupación es grande, la labor difícil y frecuentemente desalentadora. Sin embargo de una u otra manera todos debemos contribuir a esta causa. Muchos organismos no gubernamentales y particulares ya trabajan en ello; dentro de este aspecto cabría incluir el trabajo visual de los diseñadores gráficos que aquí se analizará. Dicho análisis, considero, será beneficioso útil e interesante para este proyecto de tesis, pues un examen detallado nos permitirá apreciar los elementos formales citados en el capítulo anterior en su plenitud, a la vez de poder disfrutar de la visualidad de las ideas y técnicas con las que estos notables diseñadores trabajaron.

■ EL CARTEL SOBRE DERECHOS HUMANOS.

Anteriormente señalé que los carteles desde su aparición han sido pensados y realizados por y para las personas; el ser humano es el motivo y el fin en todos los casos. Lo mismo puede aplicarse al hablar de Derechos Humanos. Numerosos carteles realizados bajo este tema son no sólo concepciones gráficas excepcionales, premiados internacionalmente, sino la prueba material de la preocupación y el compromiso que estos artistas visuales tienen con la humanidad. Ellos saben del impacto que pueden causar con sus carteles, con los cuales hacen llamadas de atención y a veces de emergencia hacia lo que ocurre en el mundo. Buscan al menos que la gente tome conciencia respecto a temas sociales, ecológicos y los referentes a la defensa de sus derechos y libertades fundamentales. Tales señalamientos dan respuesta a la pregunta que da título a esta parte del proyecto, y aunque pueda parecer reiterativo, vale la pena mencionarlo una vez más: Diseñar carteles sobre Derechos humanos por y para las personas, pues dicho tema implica e interesa al ser humano y porque hacia él está dirigido todo esfuerzo en este mundo...

• **Análisis Gráfico / visual y retórico de 12 carteles sobre Derechos Humanos**

AUTOR	TITULO	FIGURA RETORICA UTILIZADA
Akiyama, Takashi.	<i>" Vida, la igualdad del pueblo."</i>	Metáfora.
Brühwiler, Paul.	<i>" Opportune Opprimer."</i>	Paradója, metáfora.
Chermayeff, Ivan.	<i>(Sin título)</i>	Metáfora.
Chwast, Seymour.	<i>" Liberté."</i>	Metáfora, metonimia, síntesis.
Kamekura, Yasaku.	<i>" L' Homme est né libre. "</i>	Paradója, síntesis.
Le Quernec, Alain.	<i>" L'égalité, Légalité."</i>	Metáfora, síntesis, antitesis.
Lewandowski, TA.	<i>" L'Apartheid Tue."</i>	Síntesis, hipérbole, sinecdoque.
Sato, U.G.	<i>" Se frayer un chemin vers la Liberté."</i>	Sinecdoque, síntesis.
Savignac, Raymond.	<i>(Sin título)</i>	Paradója.
Tanaka, Ikko.	<i>" Droits de L' Homme."</i>	Hipébole, síntesis.
Tomaszewski, Henryk.	<i>" Liberté, Egalité, Fraternité."</i>	Metáfora, paradója, síntesis.
Ungerer, Tomi.	<i>" Les hommes naissent et meurent égaux."</i>	Paradója.

EXPOSITION

Affiches pour les droits de l'homme et du citoyen



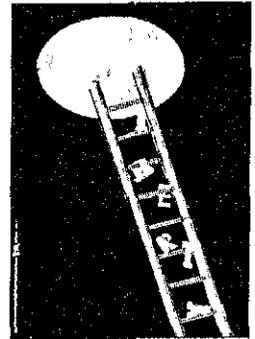
Takashi Akiyama
 with the goal of del pueblo
 the equality of people



Brühwiler, Paul
 Suisse/Switzerland
 "Opportune Opprimer"



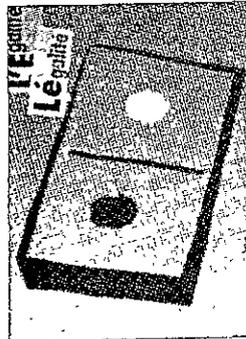
Chermayeff, Ivan USA



Chwast, Seymour USA
 "Liberty" • "Liberté"

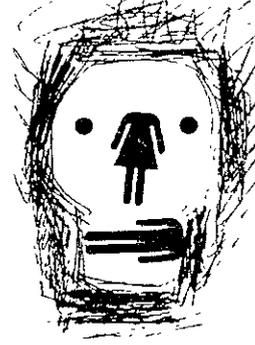


Kamekura, Yusaku Japon/Japan
 "L'Homme est né libre/Man is
 born free"

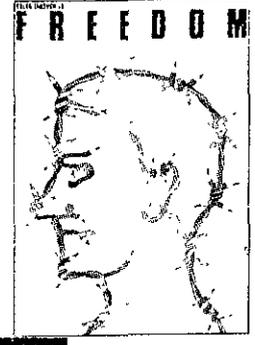


Le Quernec, Alain France
 "L'égalité Légalité" • "Equality
 Legality"

L'APARTHEID TUE?



TA Lewandowski
 Et Aparte a muerte
 Apartheid tued



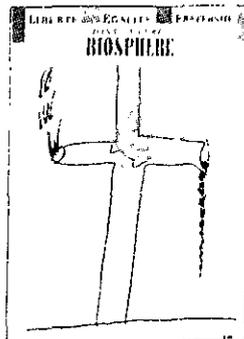
Sato U.G. Japon/Japan
 "Break through to Freedom"
 • "Se frayer un chemin vers la
 liberté"



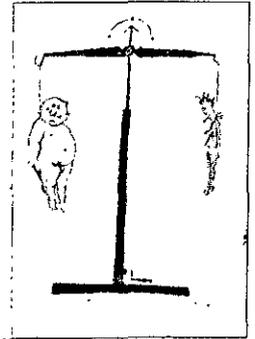
Savignac, Raymond France



Tanaka, Ikko Japon/Japan
 "Human Rights" • "Droits de
 l'Homme"



Tomaszewski, Henryk Pologne/Poland
 "Liberté Egalité Fraternité dans la
 pure biosphère" • "Liberty Equa-
 lity Fraternity in the pure
 biosphere"



Ungerer, Tomi France
 "Les hommes naissent et meurent
 égaux" • "Men are born and die
 equal"

BIBLIOGRAFIA Y CITAS.
(Capítulo III)

O.N.U. Derechos Humanos: Preguntas y Respuestas.

O.N.U., New York, 1987.

IMAGENES:

Exposición: 66 Affiches par les droits de L' "Homme et du Citoyen"

Réalisation: Artis 89. Paris, France, 1989.

Primera y Segunda Bienal Internacional del Cartel en México.

Trama Visual, UAM, CNCA, D.D.F., México, D.F. 1990 y 1992)

CAPITULO IV: REALIZACION DEL PROYECTO GRAFICO.

(Serie de Carteles)

**" EL BUEN DISEÑO GRAFICO ,
SE PRODUCE A TRAVES DE VARIOS PROCESOS
CLARAMENTE DEFINIDOS.
LOS CUALES ARRANCAN DE UNA IDEA INICIAL ADECUADA,
PARA EL PROYECTO EN CUESTION."**

*Alan Swann
(Diseñador Inglés)*

■ VISUALIZACION

Si bien todo trabajo de diseño comienza con las instrucciones del cliente o por medio de un informe escrito, para este proyecto en particular, la investigación relativa al cartel y los Derechos Humanos conformó la agenda de diseño y significó también reflexionar acerca del objetivo que pretendía alcanzar: ¿ Qué decir con estos carteles ? ¿ A quién ? ¿ Cómo hacerlo ? Cuando empecé a visualizar estos carteles, centré en mí la idea de comunicar universalidad, pues el tema de los Derechos Humanos conlleva intrínsecamente ese sentido. Sin embargo tal universalidad implica que el planteamiento verbal y gráfico, posibilite múltiples soluciones. Una u otra variante, dependerán sobretodo del contexto sociocultural de la audiencia a la que vaya dirigido el mensaje en cuestión; pues su marco de referencia, afectará la manera de reaccionar a los mensajes visuales que perciba.

Del mismo modo, para cada público existen códigos que le son familiares o correspondientes, con los cuales dichos mensajes deberán ser formulados, para que puedan resultarle fácilmente entendibles, convenientes y pertinentes a sus necesidades e intereses. Gracias a estas reflexiones, comprendí que ese concepto de universalidad no significaba generalizar al público, colocándolo dentro de un todo homogéneo único e invariable, pues es al contrario, cambiante y heterogéneo la mayoría de las veces. Además de definir la naturaleza y el tamaño de la audiencia, me facilitó concretar la forma y estructura de los mensajes visuales y textuales:

¿ A quién (es) van dirigidos estos carteles ?

Tomando en cuenta las anteriores consideraciones, traté de delimitar la audiencia potencial, que en primera instancia incluye a jóvenes universitarios de instituciones públicas. Quienes, dado su nivel académico y sociocultural, consiero podrían tener una mayor disposición en conocer y discutir el tema. Pues estoy segura que la educación en materia de Derechos Humanos, permitirá de alguna manera, aminorar situaciones intolerables, de las que casi todos hemos sido víctimas.

¿ Qué es exactamente lo que se quiere comunicar ?

La importancia del ser humano, a través de los artículos o citas textuales más significativas de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, los cuales conforman los textos que acompañan a las ilustraciones de esta serie de carteles.

¿ Qué se quiere conseguir con estos mensajes visuales ?

Despertar el interés hacia el tema, darlo a conocer, para que a partir de ese conocimiento, a larga se puedan lograr acciones, dejando de lado las actitudes apáticas o meramente contemplativas, que propician y estimulan las continuas e impunes violaciones a nuestra integridad humana. Finalmente, considero que hoy en día el diseño desempeña un papel más relevante en el modo en que nos proyectamos intelectual, material y espiritualmente. Creo firmemente que todos los comunicadores visuales tenemos el compromiso de intentar, con nuestros mensajes gráficos, educar y despertar interés hacia temas sociales, ecológicos y humanísticos tan trascendentes en nuestros tiempos , como el planteado en este proyecto de tesis.

■ APUNTES INICIALES Y PRIMERAS COMPOSICIONES

La producción de ideas fue constante y surgió paralela al desarrollo teórico y aunque algunas veces las imágenes no eran muy claras, todas eran consideradas y capturadas de inmediato por medio de rápidos bosquejos, pequeños al principio pero que representaban ideas sencillas, resueltas en una sólo imagen, dando prioridad a los rasgos fundamentales del concepto principal: los Derechos Humanos.

Yo considero que durante este proceso, uno debe estar dispuesto a preparar muchas soluciones distintas, experimentando incansablemente, sobre todo con la composición de los elementos dentro el espacio, sin tomar aún decisiones definitivas sobre la tipografía y el aspecto final de las ilustraciones. Por tanto, este proyecto que consta de diez carteles, comprendió de muchos apuntes, primero de todas las ideas y luego de una selección de varias de ellas. Finalmente quisiera comentar que tal cantidad de propuestas no significa que diseñar carteles sea fácil, por el contrario; pero la razón que este proyecto esté conformado por más de un cartel, se debe precisamente a la variedad de ideas que existió. Por lo que decidí presentar diez opciones visuales, aunque quizá únicamente lleguen a imprimirse uno o dos carteles de la serie.

■ SELECCION FINAL DE LA SERIE DE CARTELES. (Forma, texto ,color.)

Al finalizar la etapa anterior, el conjunto de diez carteles estaba casi decidido; y dado que el propósito principal es promover la importancia del ser humano y sus derechos, organicé los signos gráficos mediante composiciones formales, simétricas y equilibradas, las figuras son de trazo sencillo, sintéticas y espontáneas, presentadas en primeros planos, para incrementar aún más el valor del tema.

Y que en contraste con la tranquilidad visual de la composición clásica, logran mantener cierta variedad al comunicar el mensaje de cada cartel. El estilo tipográfico de los textos surgió también de varias pruebas, hasta dar con el tipo que correspondiera con la seriedad del tema, sin caer en un alfabeto extremadamente pesado, sino buscando uno de rasgos serenos, medidos y fácilmente legibles.

Después de haber determinado la composición, formas y tipos, siguieron las pruebas de color para cada cartel de la serie, aprovechando la capacidad que tiene de producir un mayor impacto al comunicar las ideas. Sin embargo procure crear efectos visuales dinámicos con pocos colores, busco sobre todo un equilibrio cromático del conjunto, que finalmente se basó en una armonía de azul y verde (fríos y ligeros) que transmiten seguridad y confiabilidad. Combinados con blanco y/o amarillo para aislar la información más importante o bien para dar un énfasis visual que animara los diseños o algún elemento dentro del mismo. Considero que la relación que existe entre todos los colores expresa una armonía sutil, con contrastes ligeros, para un cierto acento e oposición que en conjunto resulte agradable y en consecuencia estimule al espectador a mirar los carteles, predisponiéndolo a la vez a reacciones positivas.

Por último, quiero mencionar que dentro de cada propuesta gráfica podrán encontrarse una o varias figuras retóricas, que refuerzan la importancia de los mensajes presentados.

DESCRIPCION Y PRESENTACION DE LA SERIE :

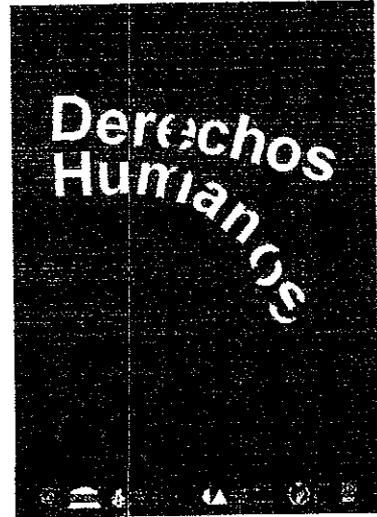
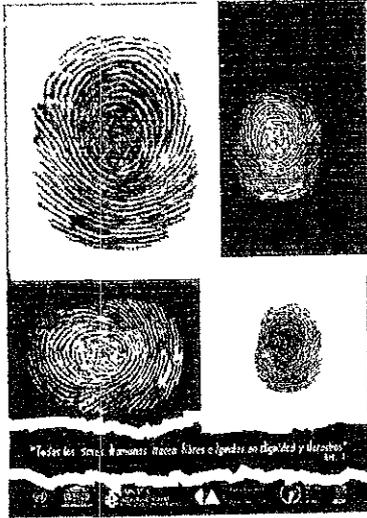
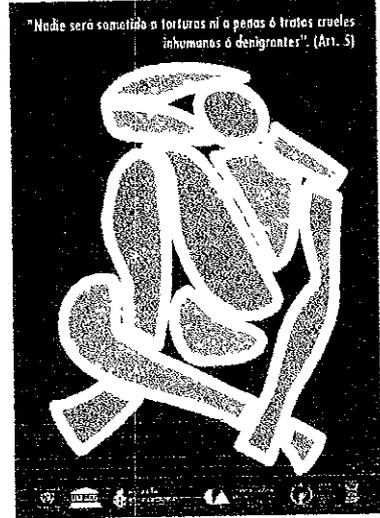
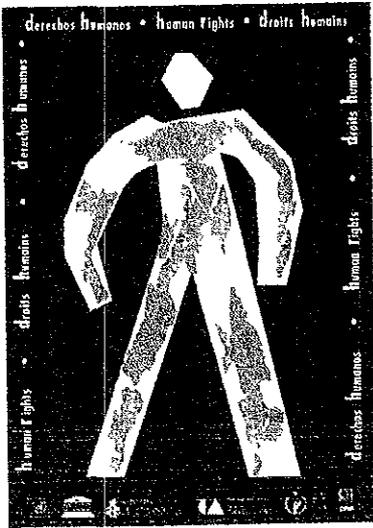
" 10 Carteles, una causa los Derechos Humanos. "

1. La primer propuesta está constituida por una figura humana sintetizada, que en este caso presenta una actitud decidida y firme, con la cual todos debemos defender nuestros derechos e integridad. El mensaje de esta propuesta lo conforman una repetición de las palabras Derechos Humanos, en español, inglés y francés que se presentan enmarcando el motivo y sugiriendo de paso la universalidad del tema, incrementando su importancia, gracias a su tamaño (HIPERBOLE). El cual, al igual que la tipografía está colocado sobre un fondo azul, lo que permite que sobresalgan primordialmente, como los elementos principales de la composición.

2. Este cartel pretende representar con un par de manos distintas , dos generaciones (niños y ancianos). Aludiendo con el mensaje que acompaña a los signos gráficos, para procurarles la protección, atención y comprensión a que tienen derecho como seres humanos; alentando de paso la reconciliación y aceptación de ambas generaciones, que frecuentemente se encuentran distantes una de otra. La frase de este cartel no forma parte de la Declaración, pero a menudo es citada en diversos documentos referentes a los Derechos Humanos . La austeridad del diseño y color supone hacer llegar el mensaje de la manera más directa posible, sin distracciones ni adornos superfluos. Porque también al compactar o resumir el mensaje en el menor número de elementos (SINTESIS) y utilizando sólo parte de alguno de ellos (SINECDOQUE) se puede lograr el impacto e interés necesarios.

3.El tercer diseño expresa el *Art. 5 de la Declaración Universal e los Derechos Humanos "Nadie será sometido a torturas ni a penas o tratos crueles, inhumanos o denigrantes"*, a través de una figura humana resumida (SINTESIS) y fragmentada. (DIVISION). Pues una persona que es víctima de cualquier tipo de tortura no puede sentirse feliz, ni plena; sino por el contrario presenta una apariencia física accidentada y frecuentemente se muestra desconfiada, al sentirse disminuida. La exageración del tamaño de la ilustración (HIPERBOLE), contrasta mucho con el de la cita textual, significando lo contradictorio de la situación actual; y en general la representación de este mensaje visual, bien puede considerarse una PARADOJA. Porque aun hoy a poco menos de un lustro del cambio de siglo, en más de 150 países (incluido México) se practica la tortura sistemática, según los informes de Amnistía Internacional de julio de 1996.

4. Esta propuesta se basa en 4 huellas que varían en el tamaño, la posición y el color, pero que en realidad son idénticas. Este tratamiento busca ilustrar el *art. 1 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos: "Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos"*. Cita que encierra en sí misma su importancia, y que yo procure incrementar representando al ser humano mediante una parte



escencial de él, sus huellas digitales *SINECDOQUE*. Recurriendo además al contraste y variación del formato, al juego de colores figura fondo y a la repetición del elemento visual para comunicar el mensaje.

5. Este diseño se basa en dos palabras Derechos Humanos, tratadas de manera tal, que permiten por un lado apreciar varias figuras retóricas (SINTESIS, DIVISION, ANTITESIS) que acrecentan el impacto del texto y que finalmente expresan la situación actual de los Derechos Humanos, dañada, maltrecha y devaluada. Por su parte el arreglo visual y cromático, hacen parecer que las palabras no pueden sostenerse y caen, llevandose las el viento, como tantas otras.

6. La cita textual de este cartel es una variación del artículo 1 y del cartel cuatro. Pues la igualdad a la que se hace referencia, ahora la represento con manos, otro elemento característico del ser humano. El arreglo visual está compuesto por diversas manos de trazos, colores y posiciones diferentes que pretenden por un lado, sugerir la variedad de gente existente y por otro remarcar las diferencias que en esencia nos hacen iguales unos a otros y por tanto, acredores a la misma protección de la ley sin distinción alguna.

7. La propuesta siete está formada casi totalmente por una gran huella digital (HIPERBOLE). Pues creo que dicho signo corresponde perfectamente al tema, porque los Derechos Humanos y las huellas digitales le son inherentes a toda persona. La austeridad de elementos (SINTESIS) que presenta este cartel sugiere también un mensaje directo y sencillo, que marca el contraste necesario mediante una composición que presenta al factor visual (huella) en un primer plano, lo cual propicia el impacto que invitará a mirar el cartel.

8. El exagerado motivo gráfico (HIPERBOLE) del penúltimo diseño, es una síntesis de un individuo gritando. Elemento que ilustra enfáticamente la cita textual que lo acompaña y que hace referencia a la libertad de expresión. El gritar supone el coraje, el júbilo o la desesperación por ser escuchado, respetado o atendido cuando se limita o ignora parcial o totalmente el derecho que toda persona tiene a expresar sus sentimientos o pensamientos en cualquier ámbito de la vida. El impacto que otorga el primerísimo plano que presenta el elemento gráfico, se incrementa aún más con el contraste cromático basado en azul, verde y amarillo que en conjunto con los demás factores formales permiten que este comunicado resulte además interesante y eficaz.

9 y 10. Podrá verse que este par de carteles al unirse forman uno sólo. El fragmentar el mensaje visual y textual (DIVISION) produce un mayor impacto, pues provoca en el espectador un atractivo extra, al propiciar que ponga en acción sus habilidades perceptuales para unirlos. Ambos carteles, de motivos gráficos sencillos, representan en conjunto una síntesis formal completa. En donde el contraste de color procura mayormente el atractivo que anima este diseño.



"TODO INDIVIDUO TIENE DERECHO A LA LIBERTAD DE OPINION Y DE EXPRESION"



PODEMOS

UNIRNOS PARA DEFENDER NUESTROS DERECHOS.

BIBLIOGRAFIA (Capítulo IV)

Swann, Alan. La creación de Bocetos Gráficos, Edit. Gustavo Gilli, Barcelona, España, 1989.

· Cómo preparar diseños para la imprenta.
Lynn, John. Edit. Gustavo Gilli, Barcelona, España, 1979.

· La Creación de Bocetos Gráficos.
Swann, Alan. Edit. Gustavo Gilli, Barcelona, España, 1989.

· Técnicas de representación para el artista gráfico.
Mulherin, Jenny. Edit. Gustavo Gill, Barcelona, España, 1990.

CONCLUSIONES.

Tras haber estudiado la evolución histórica del cartel, puedo confirmar que entre áquel y la pintura, existen relaciones muy fuertes, influencias mutuas y técnicas de representación compartidas. Pues ambos canales de comunicación gráfica, nacen de la necesidad de expresar visualmente ideas, mediante formas y colores, para provocar acciones o reacciones en el público. Además los dos medios gráficos se han convertido en signos culturales, porque utilizan lenguajes visuales universales. Las aportaciones técnicas y conceptuales de la pintura al cartel, desde los diseños alargados de *Chèret* y las composiciones planas, con formas sintetizadas y colores brillantes de *Toulouse-Lautrec*, tendiendo siempre a la descripción y decoración sencilla del *Art Nouveau* ...Pasando después por las técnicas fauvistas y expresionistas de trazos libres y espontáneos, siluetas expresivas o pinceladas gruesas de colores intensos...

Y enriqueciéndose más tarde con las notables aportaciones cubistas, dadaístas y futuristas: como la incorporación de texturas, el uso del *collage*, sorprendentes ejercicios tipográficos, la yuxtaposición de elementos y las asociaciones insólitas... Seguidas de las concepciones formales de *la Bauhaus* y *el Grupo de Stijl*, con sus diseños simples pero cargados de tensión, basados en elementos geométricos y tipos claros que frecuentemente, tendían a la abstracción y a la simplificación del motivo gráfico del cartel, a un único símbolo. Y que posteriormente serían sustituidas por el uso de imágenes humorísticas u otras sumamente reales, representadas con técnicas gráficas tridimensionales y de aerógrafo. Las cuales al comienzo de los años 60's, se volvieron menos elaboradas y más brillantes, gracias a las aportaciones del *Pop Art*.

Después en los años 70's, el diseño de carteles se vió influenciado por la publicidad, los comics, los adelantos tecnológicos del cine, la T.V. y la fotografía, pero mezclando a la vez los estilos artísticos de antaño... En los años 80's y aún hoy, se continua asimilando dichos estilos del pasado y perfeccionando a la vez, las nuevas técnicas de diseñar y reproducir carteles. Así, en la presente década, vivimos el auge del diseño gráfico computarizado. Las maneras de trabajar han cambiado grandemente, pues se ahorra tiempo y se disminuye el esfuerzo físico, más no el intelectual. Permittiéndonos enriquecer la obra gráfica actual y definir a *los carteles de hoy, como formas despojadas de toda superficialidad, llenas de colorido, franqueza y máxima sencillez que facilitan verdaderamente, una comunicación directa y efectiva.*

Es precisamente dentro de tal definición, donde la serie de carteles que presento, halla su identidad plena. Pues creo que esa corta oración sintetiza el concepto y el objetivo más preciso de un cartel. Ahora bien, existen requisitos que éste debe contener tales como **IMPACTO, SENCILLEZ, SINTESIS, LEGIBILIDAD Y EXPRESIVIDAD**, así como determinados elementos formales y aspectos prácticos establecidos, que procuraremos considerar al diseñar un cartel. Pues de su mejor o peor uso, dependerá su éxito o fracaso comunicacional.

Entre las principales características formales están el utilizar en lo posible, formas simples, directas y conocidas, en síntesis o geometrificaciones representadas con técnicas visuales que sorprendan al espectador. Rasgos observables en esta serie de carteles, pues en su mayoría constan de imágenes sintetizadas del ser humano o parte de él, porque el tema lo implica completamente. Pero pretendí que cada diseño tuviera su propia identidad gráfica, manteniendo a la vez, unidad entre sí, sea mediante el color, el tipo, la composición, las técnicas de representación y principalmente respecto al tema. (*Los Derechos Humanos*) El cual requiere para su plena comprensión de otro elemento muy importante: un texto. Su extensión y presentación obviamente dependerá del objetivo comunicacional del propio cartel. Sin embargo, siempre será mejor expresario con pocas palabras: sencillas, cortas y directas.

Recurriendo a los tipos más claros y legibles, pero sobre todo estudiando la semántica que una u otra variante tipográfica nos ofrece, para lograr una complementación y correspondencia total, entre la imagen y el texto. Lo cual permitirá la mejor recepción del mensaje y consecuentemente cumplir con la mencionada función del cartel, de comunicar rápida y efectivamente información para ser recordada, utilizando elementos mínimos. Tales consideraciones estuvieron presentes durante el desarrollo gráfico de este proyecto. Dentro del cual, las decisiones tipográficas (su forma y estructuración) dependieron de múltiples pruebas. Pues si bien se pretendía establecer una unidad en el conjunto de carteles mediante un tipo único, lo más importante fué hallar para cada diseño, la semántica adecuada en relación al artículo ó planteamiento que trata uno y otro. Además, para lograr un mayor impacto, maneje la información en bloques de color.

De hecho, el color es otro de los factores gráficos a considerar. Pues de su acertado uso dependerá gran parte del éxito de un cartel. Sin embargo reconozco que para ello, no es necesario un "*carnaval de colores*", por el contrario, generalmente se requieren de muy pocos: uno dominando y otros que lo complementen sin luchar con él. Teniendo además siempre presente, las cualidades psicológicas y usos establecidos de cada color. Pues todos ellos, producen emociones o sensaciones tales como: bienestar, armonía, discordia, calidez, frialdad etc. Y por tanto ofrecen la oportunidad de proyectar estados de ánimo o asociaciones mentales, através de los colores mismos o bien mediante su conjunción con imágenes.

AZUL: Es el más frío de los colores, "*retrocede*" ante los otros. Por tanto, resulta muy adecuado para fondos. Es suave, dulce y místico. Simboliza virtudes tales como la fidelidad, la honradez y la fé.

VERDE: "*Comunica*" frescor, vida, naturaleza, tranquilidad y sensación de descanso. Pero en algunas tonalidades, cierta euforia.

AMARILLO: Posee uno de los grados más altos de atención, pero en algunos tonos puede adquirir un poder e intensidad intolerables para la vista y los sentimientos. Sin embargo, alegra la vista, pues "*comunica*" calor, luz ... y simboliza la riqueza, la alegría y la comunicación.

BLANCO: Es el color más claro y opaco, ideal para recibir colores pues no los distorsiona, pero los oscurece ligeramente. Al blanco se le asocia con la pureza, la limpieza, el frío, la paz y la inocencia.

Yo tuve muy en cuenta esas consideraciones y demás estudios formales y psicológicos del color, al diseñar esta serie de carteles, la cual constó de numerosas pruebas cromáticas. Finalmente, elegí una armonía basada en azul, verde y el blanco o amarillo ocasionales, para dar un énfasis visual. Diversos estudios demuestran que, desde el punto de vista cromático, los diseños basados en azules y verdes resultan agradables, porque son los colores que gozan de mayor preferencia entre la gente por las características psicológicas mencionadas y por su alto nivel de reflexión. (brillantez)

COLOR :	NIVEL DE REFLEXION :
Blanco	70 %
Amarillo	55 %
Verde claro	48 %
Azul ultramar	20 %

Además los colores brillantes se asocian con nuestros estilos de vida y con las tendencias actuales en la comunicación de masas. En el caso de esta serie de carteles, el azul ultramar actúa como color dominante que unifica y suaviza al verde y al amarillo, (tonos subordinados) los cuales proporcionan los contrastes necesarios y acentos ocasionales que animan los diseños. Evité en todo momento una analogía excesiva, que hubiera reflejado una frialdad absoluta o una sensación monótona: Pues las organizaciones que promueven los Derechos Humanos son vivas y activas. Entonces busqué un equilibrio entre una clave oscura y dicho modernismo brillante. Así, el azul y el verde (fríos y ligeros) transmiten seguridad, fiabilidad...Y en general, los 4 colores expresan una armonía sutil, quieta, con contrastes suaves para un cierto acento de oposición, que en conjunto halague la vista y predisponga a reacciones favorables. Y aprovechando la ilusión espacial y de profundidad que producen esos colores, las formas destacan mayormente, mientras que el fondo parece retroceder.

Por otra parte, la organización conjunta de formas, tipos y colores al diseñar carteles, se debe procurar expresar mediante una composición que suscite el interés del espectador: Evitando los cuadros generales y optando mejor, por los primeros planos. Manejando y calculando acertadamente los espacios ó "*blancos*", el contraste y el centro de interés, para otorgarle a la composición unidad con variedad. Así, en la serie de carteles manejé en la mayoría de los casos, por cuestiones de impacto, figuras en primeros planos a menudo exageradas y dramáticas, que comunican al importancia del ser humano, dentro de este tema. Los 10 carteles comparten también, una diagramación basada en la regla áurea y el sistema de diagonales, que me permitieron manejar el espacio con armonía y objetividad. Dentro del cual cada elemento está plenamente calculado y justificado mediante las relaciones espaciales que dictan los módulos de la red estructural.

Pasando a otro punto, señalaré que el objetivo de comunicación del propio cartel, determina el aspecto práctico y funcional o sea, su ubicación, su soporte / formato y la manera de reproducirlo. Tal elección debe ser lo más objetiva posible, pues tiene que ver más con cuestiones económicas, de tiempo y del aspecto final de nuestros diseños. Para este proyecto yo estudié detenidamente las ventajas y desventajas, que uno y otro sistema de impresión ofrece en estos momentos, para "tirar" carteles. (Tales características, podrán encontrarse en el capítulo II, pág. 38 a 42.)

Por otro lado, el análisis gráfico / retórico de los 12 carteles con el tema de los *Derechos Humanos*, (*Capítulo III*) me permite reconocer la importancia de recurrir al uso de tales figuras. (*Atenuación, antitesis, división, hipérbole, metáfora, metonimia, paradoja, sinécdoque y síntesis*) para acrecentar el impacto visual de tales mensajes y lograr “una comunicación más directa, conmovedora ó al menos atrayente” y tratar de dejar una huella en la gente, invitándola a reflexionar sobre la trascendencia del tema. Esta serie de carteles la realicé con base en los planteamientos formales expuestos anteriormente y la cual pretende en efecto, lograr una comunicación más o menos duradera y efectiva.

Pero además, destacar “*el aspecto humanístico del diseño gráfico*”, dentro del cual están inmersos este tipo de proyectos y que desafortunadamente apenas significan una pequeñísima parte, del gran vacío que existe de materiales gráficos educativos en nuestro país y continente Latinoamericano, respecto a *los Derechos Humanos y las Libertades Fundamentales*. De hecho, los problemas planteados en estos carteles son una breve introducción, para lograr una educación integral en esta materia.

Precisamente estas peculiares características, me permitieron determinar al cartel como el soporte “*Ad Hoc*” para cumplir con el propósito de dar en qué pensar, con toda la poesía visual posible, pero también con la precisión que el tema de los Derechos Humanos solicita... Finalmente diré que aquellas cualidades gráficas, además de la variedad técnica y artística, verdaderamente le garantizan al cartel una larga permanencia, con categoría de indispensable...

NANCY GALES.

APENDICE 1

EVENTOS INTERNACIONALES :

*** Biennale Internationale de L' Affiche à Chaumont, France.**

Inf. en Difusión Cultural de la Embajada de Francia en México:
Lafontaine No. 32 esq. Campos Eliseos, Col. Polanco, Mexico. D.F.
Tel. 282 97 00.

*** Bienal Internacional del Cartel en México.**

Inf. en Fuente de la Vida No. 30, Col. Fuentes del Pedregal,
México,D.F. Tel. 652 91 43.

*** Concurso de Carteles del Círculo de Bellas Artes de Madrid.**

Inf. en la Embajada de España en México:
Horacio 708, Col. Polanco.
Tel. 280 00 53.

*** Graphics Poster. (The International Annual of Poster)**

Informes y envíos de trabajos:
Editions Graphics, SA.,
Dofourstrasse 107,8008, Zurich, Suiza.

*** The Biennale Poster in Lahti, Finland.**

Inf. Poster Museum Lahti:
PL. 113, 15111, Lahti, Finland.

*** The International Poster Brno, Czechoslovaquia.**

Inf. en la Embajada de Checoslovaquia en México:
Cuvier No.22, Col. Polanco, México, D.F.

*** The International Poster in Fort Collins, Colorado, U.S.A.**

Inf. en la Embajada de E.U. en México:
Reforma 305, Col. Juárez, México,D.F.

*** The International Poster Ogaki, Japan.**

Inf. en la Embajada de Japón en México:
Paseo de la Reforma 395, Col. Juárez, México, D.F.

*** The International Poster Biennale in Warsaw, Polish.**

Inf. en la Embajada de Polonia en México: Cracovia No.40, México, D.F.

REFERENCIAS COMPLEMENTARIAS:

***American Institute of Graphic Arts:**
10501 Third Avenue, New York, 10021, U.S.A.

***Alianza Gráfica Internacional: (A.G.I.)**
Dofourstrasse 107, CH-8008, Zurich, Suiza.

***Centro de Investigaciones y Aplicaciones de la Comunicación: (C.I.A.C.)**
Tenor de Viñas 4, 5o., 108021, Barcelona, España.

***Colegio de Diseñadores Gráficos e industriales de México.:**
Calle 21 No. 116, Col. San Pedro de los Pinos, México, D.F. Tel. 598 19 83.

***ICOGRA: (Consejo Internacional de Asociaciones Gráficas)**
Warren House, Paul's Cray Road, Chislehurst Kent,
BR76QA, Reino Unido.

***Mussé de L' Affiche et de la Publicité:**
18 Rue de Paradis, 75010, Paris, Francia.

APENDICE 2

"La Declaración Universal de los Derechos Humanos constituye también el primer segmento de la Carta Internacional de Derechos Humanos, que comprende el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales; así como el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos y el Protocolo Facultativo de este último Pacto. Estos tres instrumentos se empezaron a preparar en 1947 y pasarían a integrar la segunda parte de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Los Pactos tenían por objeto definir con mayor precisión algunos de los derechos proclamados en la Declaración y obligarían jurídicamente a los Estados que los aceptasen. Finalmente tras una larga y delicada tarea, fueron aprobados por la Asamblea General en diciembre de 1966.

El Protocolo Facultativo se refiere a las comunicaciones individuales sobre violaciones de derechos; los Pactos por su parte, entran en vigor cuando son ratificados por 35 estados y ofrecen un medio único de protección internacional de los derechos humanos; en ellos aparecen disposiciones sobre la mayoría de los derechos que trata la Declaración con mayor precisión, además de algunos otros. Ambos Pactos reconocen el derecho a la libre determinación de los pueblos, conteniendo disposiciones que prohíben toda forma de discriminación en el disfrute y ejercicio de los derechos del Ser Humano. Ambos Pactos, además establecen un mecanismo mediante el cual órganos de Naciones Unidas revisan la aplicación de los derechos protegidos por los Estados partes.

El Consejo Económico y Social ha creado un Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, con el objeto de que examine los progresos realizados por los Estados partes en la aplicación del Pacto de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. La aplicación del Pacto de Derechos Civiles y Políticos se halla en manos de otro órgano de expertos independientes, que es el Comité de Derechos Humanos. Ambos instrumentos de vigilancia deben a su vez, informar de sus acciones a los países firmantes de los Pactos" (1. Derechos Humanos: Preguntas y Respuestas, O.N.U., 1987.)

La labor de las Naciones Unidas en la esfera de los Derechos Humanos.

" La primera tarea de las Naciones Unidas en el tema de los derechos del Hombre, consistió en aprobar normas aceptadas internacionalmente, conforme a las cuales juzgar la conducta de los Estados (1966). Desde entonces se han ido elaborando progresivamente una serie de métodos, centrando la atención a las violaciones, con el objetivo de lograr cambios en las políticas gubernamentales y combatir las violaciones flagrantes y generalizadas de los derechos humanos. Todos los años en reuniones abiertas al público y a la prensa, (también en reuniones privadas) la Comisión y Subcomisión de Derechos Humanos deliberan sobre las violaciones de los derechos del Hombre que se produzcan en el mundo. Los gobiernos e instituciones no gubernamentales presentan información sobre las violaciones y los gobiernos criticados suelen estar presentes para aclarar esas situaciones y formular respuestas.

Los debates suelen basarse en información escrita presentada por organizaciones no gubernamentales o particulares. Cuando las situaciones son bastante graves se inicia una investigación con expertos, cuyo objetivo es el de tratar de establecer un diálogo con el gobierno para conseguir cambios. Siempre que es posible, la Comisión trata de prestar asistencia a los gobiernos que desean actuar en pro de la plena observancia de los derechos humanos, en forma de asesores especializados, becas o cursos de capacitación. Cabe señalar que la Comisión no sólo se ocupa de las violaciones de los derechos humanos de ciertos países; pues engloba sus estudios considerando al tema como un fenómeno

mundial, poniendo suma atención en las violaciones mas graves que se dan en muchas partes del mundo. Como por ejemplo la labor desempeñada por un grupo de trabajo especial que examina la cuestión de las "desapariciones" forzadas o involuntarias, designando relatores que investigan las ejecuciones arbitrarias o sumarias y la práctica de la tortura. En esos casos, cuando las Naciones Unidas reciben información fidedigna, intervienen urgentemente ante el gobierno señalado y se le pide informes al respecto.

Sin embargo, las Naciones Unidas no tienen ninguna forma de obligar a los gobiernos a que modifiquen sus prácticas o políticas. El único instrumento que posee la Organización para conseguir mejoras en los derechos humanos es la persuasión y el peso que la Comunidad Internacional pueda ejercer en el gobierno interesado. Otra de las importantes labores del Centro es hacer llamamientos a los Estados integrantes de Naciones Unidas, para obtener contribuciones voluntarias, para un Fondo Fiduciario, por medio del cual se prestarán los servicios de asesoramiento en materia de derechos humanos y asistencia a toda Nación que saliera de un período de violaciones a los derechos del ser humano, si esa Nación así lo solicita". 2

"Por su parte la U.N.E.S.C.O. realiza esfuerzos por causas similares, enfocando sobre todo su labor a la educación, instando a los países a que procuren: - Que todos los medios de enseñanza se empleen de manera tal, que los jóvenes se formen y desarrollen con un espíritu de respeto por la dignidad humana y la igualdad de derechos de todos los seres humanos y de todos los pueblos, sin discriminaciones por motivos de raza, idioma, sexo o credo. Teniendo conciencia, no solamente de los derechos sino también de los deberes que los individuos, grupos sociales y naciones tienen los unos frente a los otros, para vivir en una sociedad más justa donde se practiquen y defiendan los valores universales.

Desde el comienzo de su formación escolar se debe inculcar en los niños el respeto por los derechos del Hombre; fomentando y facilitando la enseñanza sobre la Declaración Universal de los Derechos Humanos en las escuelas, ya que esos derechos forman parte del proceso de socialización de los niños. En esta larga y lenta tarea intervienen muchos factores, predominando el de la familia, además de la escuela, la comunidad y el Estado, entre otros elementos que contribuyen a este proceso que dura toda la vida, pues ser adulto es una conquista perpétua.' Más que un ser, que en un momento alcanza su plenitud, el Hombre es un ser en constante evolución, un ser que vive haciéndose '. Es en la familia donde se inicia la formación de actitudes básicas hacia los demás en forma de aceptación ó rechazo, de confianza o de prevención, de donación ó de reserva. Una educación en derechos humanos predispone favorablemente a la convivencia, a la cooperación y a la solidaridad a través de la adquisición de hábitos adecuados y virtudes destinadas a servir, ayudar y proteger a los demás. Es una tarea que iniciada en la familia debe ser continuada en la escuela"3 (2 y 3, op. cit.1)

Publicaciones: "El Plan de Desarrollo de la Enseñanza de los Derechos Humanos" , "La Educación para la Comprensión y la Paz Internacional, de los Derechos del hombre y las libertades fundamentales" El boletín: "Enseignement des Droits de L'Homme", así como diversos textos, folletos, carteles y material fotográfico.

■ El papel de las Organizaciones no Gubernamentales y los particulares en la Promoción y Protección de los Derechos Humanos.

"De acuerdo con el Artículo 71 de la Carta de las Naciones Unidas, las organizaciones gubernamentales, tienen el derecho de consultar y asistir como observadores a las sesiones públicas del Consejo Económico y Social, de la Comisión de Derechos Humanos y de la Subcomisión de Prevención de Discriminaciones y Protección a las Minorías; pudiendo hacer aclaraciones verbales, presentar documentos escritos, denunciar violaciones y exigir la atención de Naciones Unidas hacia situaciones que consideren deban ser estudiadas ó investigadas. Asimismo

las organizaciones no gubernamentales prestan asistencia en la redacción efectiva de Tratados y Declaraciones, desempeñando también un importante papel como informantes, al comunicar a sus miembros y al público en general de las actividades de las Naciones Unidas en materia de derechos humanos. Exhortando a la gente a promover el respeto de las facultades y libertades inherentes a la persona humana. Ya que son precisamente las personas físicas quienes constituyen el centro de actividades de dicha institución, pues son las principales benefactoras de los derechos proclamados, protagonizando su realización. Cada persona individualmente en su comunidad local y por conducto de las organizaciones no gubernamentales, pueden promover la educación sobre los derechos humanos; fomentando su respeto y su plena realización. Conjuntando su trabajo con el de la comunidad internacional, para lograr esos objetivos comunes. No se debe subestimar la importante influencia que puede tener el trabajo individual y conjunto de los ciudadanos en pro de la Paz y los Derechos Humanos. A la larga, la única forma de que los esfuerzos de las Naciones Unidas por proteger los derechos humanos se vean coronados por el éxito, es que cuenten con el apoyo activo de los ciudadanos del mundo" 4 (Op. Cit 1)

■ Derechos Humanos, Paz y Desarrollo.

"El goce de los derechos humanos, el mantenimiento de la paz, la seguridad y el desarrollo internacional, mantienen una estrecha relación; sin embargo, por una parte, las graves violaciones de los derechos humanos, las injustas relaciones económicas entre los países desarrollados y aquellos en desarrollo, ejercen un efecto negativo sobre la paz y la seguridad internacional. Por otro lado, los individuos sólo podrán lograr el disfrute de sus derechos y libertades en una atmósfera de armonía y seguridad. Mientras haya hambre, enfermedades ó no sea posible participar en el gobierno del propio país, no podrá haber paz duradera ni desarrollo apreciable. La exaltación de los derechos humanos, sólo se podrá lograr cuando se haya puesto término a la carrera de armamentos y cuando la utilización de los nuevos descubrimientos científicos o técnicos, tengan unicamente por objetivo el progreso de la humanidad.

De esta forma se invita a todas las naciones a abstenerse de todo acto que directa o indirectamente, tienda a menoscabar la libertad, la independencia o la integridad de cualquier Estado. Recalcando una vez mas que la paz y la seguridad internacionales son elementos esenciales, para la plena realización de los derechos humanos. Se pide a la comunidad mundial promover la importancia de preservar la dignidad y el valor de todas las personas; respetando todos los derechos proclamados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Pues la Comisión de Derechos Humanos afirma que las violaciones patentes y másivas de los derechos del ser humano (económicos, sociales, culturales, civiles y políticos) han llevado y pueden llevar a conflictos armados, incrementando la creciente amenaza de la Guerra Nuclear y la aparición de crímenes tan odiosos como la agresión, la invasión y ocupación militar, el genocidio, el apartheid y otros crímenes de lesa humanidad, que además de constituir graves violaciones a los derechos humanos, hacen peligrar la armonía mundial." 5

■ Educación y Promoción de los Derechos Humanos.

A pesar de la ardua labor desempeñada por las distintas Organizaciones Internacionales, para promover la educación fincada en los derechos humanos, aún hay personas en el mundo que todavía no conocen sus derechos y libertades fundamentales, ni los mecanismos que existen para protegerlos. Por ello se considera que la enseñanza y la educación son el medio más eficaz para erradicar el factor citado arriba, concientizar a los individuos y lograr la plena vigencia y efectividad a los derechos humanos. Será proporcionando el conocimiento histórico, sociológico, filosófico y jurídico necesarios a la persona, como ésta podrá entender su dignidad de ser humano y los derechos y deberes que le son inherentes; propiciando con ello la adquisición de hábitos sociales que lo lleven a respetar a sus semejantes, sus ideas y modos de vivir. Fomentando la solidaridad y cooperación entre todos los hombres. Deberán ser éstas las principales metas de las medidas

nacionales e internacionales, que se tomen para concretar esos ideales." La educación no crea al hombre, sino que lo ayuda a crearse a sí mismo". Principalmente en el Centro de Derechos Humanos en cooperación con el Departamento de Información Pública y en la U.N.E.S.C.O. es donde se fomenta constantemente la enseñanza de los derechos humanos, a través de textos, publicaciones, y documentos informativos que se difunden entre el público con ayuda de los medios de comunicación. También se preparan cursos especiales de capacitación y asesoramiento a los gobiernos, con asistencia de expertos. El Centro de Derechos Humanos y el Departamento de Información Pública trabajan en una estrecha colaboración, para concientizar a la gente de las cuestiones de derechos humanos; estas instituciones además elaboran y ejecutan programas, seminarios, talleres regionales y estudios con el objeto de informar y estimular el interés general sobre el tema al que se refieran. El Departamento de Información Pública comunica acerca de los debates sobre los derechos del Hombre en los órganos de Naciones Unidas mediante comunicados de prensa, programas de radio y T.V., produciendo y distribuyendo por medio de las diferentes sedes de Naciones Unidas en el mundo, publicaciones, láminas, murales, carteles, folletos, películas, fotografías, así como otros documentos y material didáctico sobre derechos humanos ó bien organizando exposiciones.

("Boletín de Derechos Humanos" ó "Yearbook of Human Rihghts" y "Anuario de Derechos Humanos", entre otros.)

■ Los Derechos Humanos en México.

" Durante los años de lucha de la Revolución, se forjaron y precisaron los objetivos de justicia social que quedarían plasmados en nuestra vigente Constitución, en la cual el catálogo de los derechos del Hombre ocupa un amplio espacio en el Texto Constitucional. Sin embargo, hoy en día como antaño, los ciudadanos de nuestro país saben bien, que dentro de nuestro sistema imperan la demagogía oficial, la corrupción administrativa y el burocratismo. Aunque lo anterior no significa que dentro del país se carezca de avances, ni que nadie haya progresado, pero ese progreso no se ha dado de manera equitativa. El disfrute real de los derechos humanos, no se han asegurado ahora ni nunca, a todos por igual. Pese que los ideales constitucionales de todos los tiempos establezcan igualdad para todos. Algunos podran hallar la causa en una estructura económica injusta ó en la falta de educación que impera en nuestra sociedad.

Lo cierto es que aún en medio de la Constitución más democrática, los derechos del Hombre son sólo ilusiones; porque el hambre y la miseria no dan treguas para pensar en otra cosa que no sea el de preocuparse por la propia subsistencia a toda cosa: "Yo no creo, mas todavía me río, de quien cree que el hombre que anda afanoso buscando medios para matar su hambre, piense en derechos y garantías, piense en su dignidad, piense como hombre..."

El panorama se ve desolador; muchos piensan que la situación real del mexicano en materia de derechos humanos, no ha cambiado grandemente. Ya que gran parte de la sociedad continua inmersa en una gran injusticia, llena de iniquidad, desigualdad e indignidad. Concluyendo: Sea por el nulo ó poco grado de instrucción, los niveles bajos de vida, sea el desconocimiento del idioma, la práctica de costumbres ancestrales u otros factores que impiden que nuestra población goce con plenitud de los derechos que les han sido reconocidos, porque muchas veces ni siquiera se tiene la conciencia de que áquellos existen. El desarrollo irregular e injusto que en México existe no sólo es causa de la supuesta "falta de recursos", sino más bien de la falta de voluntad e impotencia de los gobiernos para eliminar esas prácticas nefastas de prepotencia y arbitrariedad, que propician violaciones a los derechos humanos. Estas debían ser la excepción y no la regla" 6 (Estudios sobre derechos humanos: Aspectos Nacionales e Internacionales. Rodríguez y Rodríguez, Jesus C N D H, México, D F)

■ México frente a los Pactos y Convenciones Internacionales de Derechos Humanos.

" El derecho internacional de los derechos humanos tal cual existe hoy día, esta integrado por más de 100 instrumentos universales; incluído desde luego el Derecho Internacional Humanitario: Convenciones, Declaraciones, Estatutos, Pactos, Proclamaciones, Protocolos, reglamentos, etc. Sean éstos generales ó

específicos, declarativos u obligatorios, universales o regionales. De esa enorme cantidad de documentos sobre derechos humanos, México es Estado Parte de cerca de 50, desde marzo de 1981. Resulta evidente que nuestro país se ha sumado a la lucha en favor de los derechos del Hombre, aunque no de manera total y oportuna: Tardía, porque instrumentos que nacieron desde 1948, han sido ratificados por nuestro país hasta 1981. Incompleta, ya que nuestros gobiernos han hecho sus propias interpretaciones de algunos instrumentos, reservas a otros y en ocasiones se ha negado a adherirse definitivamente a varios de ellos; por considerar 'no necesaria' su existencia en nuestro país. Asimismo, se consideró impropio la Declaración de reconocer como obligatoria la competencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, 'ya que nuestra legislación prevee los recursos necesarios para corregir cualquier falla en la estructura de preservación de las garantías individuales y sociales del país...' (Cfr. Exposición del Poder Ejecutivo de la Unión sobre los Pactos y Convenciones Internacionales que promueven la Protección de los Derechos Humanos, 4 de diciembre de 1980, pag. 11)

A pesar que el **Pacto de Derechos Civiles y Políticos** estipula que los derechos por él reconocidos no pueden suspenderse más que en situaciones excepcionales, nuestro país hizo reservas al **Art. 13**: " El extranjero que se halle legalmente en el territorio de un Estado Parte en el presente Pacto sólo podrá ser expulsado de él en cumplimiento de una decisión adoptada conforme a la ley; y a menos que razones imperiosas de seguridad nacional se opongan a ello, se permitirá al extranjero exponer las razones que lo asistan en contra de su expulsión, así como someter su caso a revisión ante la autoridad competente o bien ante la persona o personas designadas especialmente por dicha autoridad competente y hacerse representar con tal fin ante ellas."

Y **Art. 25 inciso b**: "Todos los ciudadanos gozarán sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de otra índole, origen nacional o social posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social y sin reestrificaciones indebidas, de votar y ser elegidos en elecciones periódicas, auténticas, realizadas por sufragio universal e igual y por voto secreto que garantice la libre expresión de la voluntad de los electores. "Y declaraciones interpretativas al **Art.9**, (Que se refiere al derecho a la libertad y a la seguridad personales.) al **Art. 5** (que se refiere a la prohibición de realizar actos encaminados a la destrucción de cualquiera de los derechos y libertades fundamentales.) y **18**, (Que se refiere al derecho de toda persona a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión.) Y decidió no adherirse al **Protocolo Facultativo** de dicho Pacto, el cual mediante su **Cómite de Derechos Humanos**, recibe y examina comunicaciones de personas que aseguren ser víctimas de violaciones por parte del Estado en el que se encuentran. Respecto al **Pacto Derechos Económicos, Sociales y Culturales** también se hicieron declaraciones interpretativas al **Art. 8**. (Que se refiere al derecho a fundar sindicatos para promover y proteger nuestros intereses económicos y sociales.)

Estas actitudes representan una rotunda negación de los principios que dichos documentos enuncian. Tales órganos y mecanismos al no contar con la completa participación de nuestro gobierno, se ven marginados en la lucha que a nivel mundial y regional se hace en favor de la efectiva vigencia y aplicación de los derechos y libertades fundamentales de todo ser humano. Estoy de acuerdo que la protección de los derechos humanos debe ser garantizada por un órgano jurídico, pero cuando se trate de derechos internacionalmente reconocidos, deben estos de emanar también de instituciones internacionales y ser ellos con ayuda de todos los gobiernos, quienes vigilen su respeto. En materia de política exterior nuestro país tradicionalmente ha adoptado "una postura valiente y progresista"; por tanto la actitud cautelosa o temerosa de nuestro gobierno respecto al funcionamiento de los instrumentos internacionales en materia de derechos humanos, contrasta mucho y resulta poco entendible.

Ya que no existe plena congruencia con lo que se postula y con lo que se hace. El compromiso que el país adquiere al adherirse a algún instrumento internacional, significa el tomar medidas prácticas para hacerlo efectivo en su totalidad, sin reservas ó interpretaciones propias. Otra posición causa preocupación y desaliento, ya que al cerrar las puertas de acceso a las comunicaciones individuales y estatales, cualquier otra se vuelve prácticamente inoperante. Sin embargo, nuestras experiencias de ayer, nuestra actual realidad y el panorama que se vislumbra a futuro, no deben dejarnos caer en un pesimismo total; que nos lleve a una actitud apática e indolente ó a una posición meramente contemplativa. Por el contrario, cada uno en la esfera de nuestras actividades y en la medida de la propia capacidad, debemos hacer lo posible en pro de los derechos humanos, para que los formulismos legales se conviertan en hechos y nosotros como país podamos llegar a vivir una existencia verdaderamente digna de ser vivida.

*-Que el historiador del mañana no describa nuestro siglo, como un siglo mas de injusticias..." 7
(Op.cit. 6)*

Declaración Universal de los Derechos Humanos
(Naciones Unidas Departamento de Información Pública)

Estos son los derechos humanos establecidos por las Naciones Unidas en la Declaración Universal de Derechos Humanos.

El 10 de diciembre de 1948, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó y proclamó la Declaración Universal de Derechos Humanos cuyo texto completo figura en las páginas siguientes. Tras este acto histórico la Asamblea pidió a todos los Países Miembros que publicaran el texto de la Declaración y dispusieran que fuera " distribuido, expuesto, leído y comentado en las escuelas y otros establecimientos de enseñanza sin distinción fundada en la condición política de los países ó de los territorios ". *Todos los seres humanos nacen con derechos y libertades fundamentales iguales e inalienables. Las Naciones Unidas tienen el compromiso de apoyar, fomentar y proteger los derechos humanos de todas las personas. Este compromiso tiene su origen en la Carta de las Naciones Unidas, que reafirma la fe de los pueblos del mundo en los derechos humanos fundamentales y en la dignidad y el valor de la persona humana. En la Declaración Universal de Derechos Humanos, las Naciones Unidas han expuesto en términos claros y sencillos los derechos que tienen todos los seres humanos en condiciones de igualdad. Estos derechos te pertenecen. Son tus derechos. Aprende a conocerlos. Contribuye a fomentarlos y a defenderlos no sólo para tí, sino también para tu prójimo.*

Preámbulo

Considerando que la libertad, la justicia y la paz en el mundo tienen por base el reconocimiento de la dignidad intrínseca y de los derechos iguales e inalienables de todos los miembros de la familia humana;

Considerando que el desconocimiento y el menosprecio de los derechos humanos han originado actos de barbarie ultrajantes para la conciencia de la humanidad, y que se ha proclamado, como la aspiración más elevada del hombre, el advenimiento de un mundo en que los seres humanos, liberados del temor y de la miseria, disfruten de la libertad de palabra y de la libertad de creencias;

Considerando esencial que los derechos humanos sean protegidos por un régimen de Derecho, a fin de que el hombre no se vea compelido al supremo recurso de la rebelión contra la tiranía y la opresión;

Considerando también esencial promover el desarrollo de relaciones amistosas entre las naciones;

Considerando que los pueblos de las Naciones Unidas han afirmado en la Carta su fe en los derechos fundamentales del hombre, en la dignidad y el valor de la persona humana y en la igualdad de derechos de hombres y mujeres, y se han declarado resueltos a promover el progreso social y a elevar el nivel de vida dentro de un concepto más amplio de la libertad ;

Considerando que los Estados Miembros se han comprometido a asegurar, en cooperación con la Organización de las Naciones Unidas, el respeto universal y efectivo de los derechos y libertades fundamentales del hombre, y

Considerando que una concepción común de estos derechos y libertades es de la mayor importancia para el pleno cumplimiento de dicho compromiso;

La Asamblea General proclama la presente Declaración Universal de Derechos Humanos como ideal común por el que todos los pueblos y naciones deben esforzarse, a fin de que tanto los individuos como las instituciones inspirándose constantemente en ella, promuevan, mediante la enseñanza y la educación, el respeto a estos derechos y libertades, y aseguren, por medidas progresivas de carácter nacional e internacional, su reconocimiento y aplicación universales y efectivos, tanto entre los pueblos de los Estados Miembros como entre los de los territorios colocados bajo su jurisdicción.

Artículo 1

Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros.

Artículo 2

1. Toda persona tiene todos los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza color, sexo, idioma, religión, opinión política ó de cualquier otra índole, origen nacional ó social, posición económica, nacimiento ó cualquier otra condición.

2. Además, no se hará distinción alguna fundada en la condición política, jurídica ó internacional del país ó territorio de cuya jurisdicción dependa una persona, tanto si se trata de un país independiente, como de un territorio bajo administración fiduciaria, no autónomo ó sometido a cualquier otra limitación de soberanía.

Artículo 3

Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona.

Artículo 4

Nadie estará sometido a esclavitud ni a servidumbre: la esclavitud y la trata de esclavos están prohibidas en todas sus formas.

Artículo 5

Nadie será sometido a torturas ni a penas ó tratos crueles, inhumanos o degradantes.

Artículo 6

Todo ser humano tiene derecho, en todas partes, al reconocimiento de su personalidad jurídica.

Artículo 7

Todos son iguales ante la ley y tienen, sin distinción, derecho a igual protección de la ley. Todos tienen derecho a igual protección contra toda discriminación que infrinja esta Declaración y contra toda provocación a tal discriminación.

Artículo 8

Toda persona tiene derecho a un recurso efectivo, ante los tribunales nacionales competentes, que la ampare contra actos que violen sus derechos fundamentales reconocidos por la constitución ó por la ley.

Artículo 9

Nadie podrá ser arbitrariamente detenido, preso ni desterrado.

Artículo 10

Toda persona tiene derecho, en condiciones de plena igualdad, a ser oída públicamente y con justicia por un tribunal independiente e imparcial, para la determinación de sus derechos y obligaciones ó para el examen de cualquier acusación contra ella en materia penal.

Artículo 11

1. Toda persona acusada de delito tiene derecho a que se presuma su inocencia, mientras no se pruebe su culpabilidad, conforme a la ley y en juicio público en el que se le hayan asegurado todas las garantías necesarias para su defensa.

2. Nadie será condenado por actos u omisiones que en el momento de cometerse no fueron delictivos según el Derecho nacional ó internacional. Tampoco se impondrá pena más grave que la aplicable en el momento de la comisión del delito.

Artículo 12

Nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio ó su correspondencia, ni de ataques a su honra ó a su reputación. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra tales injerencias ó ataques.

Artículo 13

1. Toda persona tiene derecho a circular libremente y a elegir su residencia en el territorio de un Estado.

2. Toda persona tiene derecho a salir de cualquier país, incluso del propio, y a regresar a su país.

Artículo 14

1. En caso de persecución, toda persona tiene derecho a buscar asilo, y a disfrutar de él, en cualquier país.
2. Este derecho no podrá ser invocado contra una acción judicial realmente originada por delitos comunes ó por actos opuestos a los propósitos y principios de las Naciones Unidas.

Artículo 15

1. Toda persona tiene derecho a una nacionalidad.
2. A nadie se privará arbitrariamente de su nacionalidad ni del derecho a cambiar de nacionalidad.

Artículo 16

1. Los hombres y las mujeres, a partir de la edad nubil, tienen derecho, sin restricción alguna por motivos de raza, nacionalidad o religión, a casarse y fundar una familia, y disfrutarán de iguales derechos en cuanto al matrimonio, durante el matrimonio y en caso de disolución del matrimonio
2. Sólo mediante libre y pleno consentimiento de los futuros esposos podrá contraerse el matrimonio.
3. La familia es el elemento natural y fundamental de la sociedad y tiene derecho a la protección de la sociedad y del Estado.

Artículo 17

1. Toda persona tiene derecho a la propiedad, individual y colectivamente.
2. Nadie será privado arbitrariamente de su propiedad.

Artículo 18

Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión; este derecho incluye la libertad de cambiar de religión ó de creencia, así como la libertad de manifestar su religión ó su creencia, individual y colectivamente, tanto en público como en privado, por la enseñanza, la práctica, el culto y la observancia.

Artículo 19

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión: este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

Artículo 20

1. Toda persona tiene derecho a la libertad de reunión y de asociación pacíficas
2. Nadie podrá ser obligado a pertenecer a una asociación.

Artículo 21

1. Toda persona tiene derecho a participar en el gobierno de su país, directamente ó por medio de representantes libremente escogidos.
2. Toda persona tiene el derecho de acceso, en condiciones de igualdad, a las funciones públicas de su país.
3. La voluntad del pueblo es la base de la autoridad del poder público; esta voluntad se expresará mediante elecciones auténticas que habrán de celebrarse periódicamente, por sufragio universal e igual y por voto secreto u otro procedimiento equivalente que garantice la libertad del voto.

Artículo 22

Toda persona, como miembro de la sociedad, tiene derecho a la seguridad social, y a obtener, mediante el esfuerzo nacional y la cooperación internacional, habida cuenta de la organización y los recursos de cada Estado, la satisfacción de los derechos económicos, sociales y culturales, indispensables a su dignidad y al libre desarrollo de su personalidad.

Artículo 23

1. Toda persona tiene derecho al trabajo, a la libre elección de su trabajo, a condiciones equitativas y satisfactorias de trabajo y a la protección contra el desempleo.
2. Toda persona tiene derecho, sin discriminación alguna, a igual salario por trabajo igual.
3. Toda persona que trabaja tiene derecho a una remuneración equitativa y satisfactoria, que le asegure, así como a su familia, una existencia conforme a la dignidad humana y que será completada, en caso necesario, por cualesquiera otros medios de protección social.
4. Toda persona tiene derecho a fundar sindicatos y a sindicarse para la defensa de sus intereses.

Artículo 24

Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas.

Artículo 25

1. Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud y el bienestar, y en especial la alimentación, el vestido la vivienda, la asistencia médica y los servicios sociales necesarios; tiene asimismo derecho a los seguros en caso de desempleo, enfermedad, invalidez, vejez, vejez u otros casos de pérdida de sus medios de subsistencia por circunstancias independientes de su voluntad.

2. La maternidad y la infancia tienen derecho a cuidados y asistencia especiales. Todos los niños, nacidos de matrimonio ó fuera de matrimonio, tienen derecho a igual protección social.

Artículo 26

1. Toda persona tiene derecho a la educación. La educación debe ser gratuita, al menos en lo concerniente a la instrucción elemental y fundamental. La instrucción elemental será obligatoria. La instrucción técnica y profesional habrá de ser generalizada; el acceso a los estudios superiores será igual para todos, en función de los méritos respectivos.

2. La educación tendrá por objeto el pleno desarrollo de la personalidad humana y el fortalecimiento del respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales; favorecerá la comprensión, la tolerancia y la amistad entre todas las naciones y todos los grupos étnicos ó religiosos, y promoverá el desarrollo de las actividades de las Naciones Unidas para el mantenimiento de la paz.

3. Los padres tendrán derecho preferente a escoger el tipo de educación que habrá de darse a sus hijos.

Artículo 27

1. Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad; a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten.

2. Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias ó artísticas de que sea autora.

Artículo 28

Toda persona tiene derecho a que se establezca un orden social e internacional en el que los derechos y libertades proclamados en esta Declaración se hagan plenamente efectivos.

Artículo 29

1. Toda persona tiene deberes respecto a la comunidad, puesto que sólo en ella puede desarrollar libre y plenamente su personalidad.

2. En el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de sus libertades, toda persona estará solamente sujeta a las limitaciones establecidas por la ley, con el único fin de asegurar el reconocimiento y el respeto de los derechos y libertades de los demás y de satisfacer las justas exigencias de la moral, del orden público y del bienestar general en una sociedad democrática.

3. Estos derechos y libertades no podrán, en ningún caso, ser ejercidos en oposición a los propósitos y principios de las Naciones Unidas.

Artículo 30

Nada en esta Declaración podrá interpretarse en el sentido de que confiere derecho alguno al Estado, a un grupo ó a una persona, para emprender y desarrollar actividades ó realizar actos tendientes a la supresión de cualquiera de los derechos y libertades proclamados en esta Declaración.

GLOSARIO

- **Agenda de Diseño.-** Recolección de datos e informaciones visuales y escritas del proyecto de diseño.
- **Alto contraste.-** Reproducción visual basada sólo en el blanco y negro absolutos.
- **Apuntes iniciales.-** Son composiciones esquemáticas muy simples y rudimentarias, realizadas con rapidez a tamaño pequeño, usadas frecuentemente, para desarrollar una idea.
- **Armonía.-** Cualidad del diseño gráfico por medio de la cual se reúne e identifica las partes en un todo estético. Los signos y las tensiones se modulan sutil y sosegadamente.
- **Art Nouveau.-** Movimiento artístico que surgió en Francia alrededor de 1900, caracterizado por una expresión suave, contornos negros, colores vivos y decoración sencilla.
- **Axiología.-** Filosofía de los valores humanos.
- **Bauhaus.-** Escuela de arquitectura y arte decorativo creada en 1919 por *Walter Gropius* en Dessau, Alemania.
- **Blanco.-** O soporte de la impresión. También se designa "blanco" el espacio entre negros .
- **Boceto.-** Es un apunte inicial pero que sugiere más el grafismo de un trabajo impreso o el producto acabado. Sin estar aún totalmente detallados.
- **Boceto terminado (Dummy).-** Bocetos que se realizan a una escala mayor o al tamaño final, los cuales reflejan la presencia visual del diseño en cuestión. Pues ellos se realizan con las técnicas más semejantes a su reproducción o acabado impreso.
- **Carta de colores (Pantone).-** Muestrario de los diversos colores y matices disponibles para contrastar las tintas y otros materiales de las artes gráficas. Cada color tiene un número codificado de referencia, el cual es manejado por el diseñador y el impresor, para evitar errores en la reproducción de colores.
- **Cartel.-** Medio de comunicación visual de formato generalmente vertical, que informa de manera sencilla y directa, valiéndose de formas y color.
- **Centro de interés o atracción.-** En una composición es el punto focal que atrae la mirada.
- **Color.-** Sensación originada por la acción de las radiaciones cromáticas de los cuerpos o sustancias reflejantes sobre los centros cerebrales de la visión.
- **Color plano.-** Este término define las zonas uniformes y sólidas de color, sin valores tonales.
- **Collage.-** Palabra francesa que significa "pegadura". Expresa la técnica gráfica de utilizar diversos elementos (recortes, fotografías, texturas, colores, etc.) unos junto a otros para crear una única imagen o composición.

- **Composición.-** Es la disposición de los elementos de diseño dentro del área de trabajo, para expresar decorativa y funcionalmente una sensación, creando un todo satisfactorio que presente un equilibrio perfecto de tales elementos.
- **Concepto.-** Idea subyacente al programa o instrucciones de un diseño gráfico.
- **Contraste.-** En diseño gráfico se entenderá como la enfatización de algunos elementos sobre otros.
- **Cuatricomía o Selección de color.-** Es el método de imprimir 4 tintas transparentes por separado: azul, cian, magenta, amarillo y negro, para después mediante su combinación y superposición conjunta se reproduzcan todos los colores de la naturaleza o aquellos que solicite el diseño en cuestión.
- **Cubismo.-** Movimiento artístico formal nacido en Francia alrededor de 1907, que pretendía romper los elementos tradicionales del efecto del volumen, creando composiciones que permiten ver la figura de manera simultánea desde varios ángulos. Usaban colores neutros y novedosas técnicas de representación como el collage, las texturas y originales ejercicios tipográficos.
- **Dadaísmo.-** Llamado también “Anti-arte”. Corriente visual desencadenada de la 1a. Guerra Mundial (1916) que significó lo absurdo, lo antitradicionalista, la burla y el humor negro. Sus obras están ligadas al sueño, a la fantasía y a lo irreal. Usaron frecuentemente citas poéticas, y técnicas cubistas como el collage, las texturas, etc.
- **Desarrollo.-** Proceso de añadir algo o avanzar en un apunte o dibujo inicial .
- **Dibujo.-** Representación visual de personas, objetos e ideas.
- **Dirección.-** Sensación de movimiento que otorgan las figuras.
- **Epistemología.-** Estudia las relaciones entre la ciencia y la filosofía.
- **Equilibrio.-** Es la estabilidad y compensación de los diversos elementos de un diseño.
- **Estilo.-** Manera personal de buscar o usar los medios gráficos para lograr un fin; el cual le confiere a cada diseño un carácter determinado que lo distinguirá de los demás.
- **Estructura / Diagramación.-** Establece un orden y jerarquía en la posición de las formas o módulos de un diseño. Se compone de líneas que determinan los espacios visuales de la composición (redes, sección aurea, sistema de diagonales y proporcionamiento reticular, entre otros.)
- **Expresionismo.-** Movimiento artístico nacido en 1905 y que se extendería hasta 1943, como alternativa plástica que tendía a la abstracción, a la simplificación y a la geometrización. Usando frecuentemente colores puros e intensos y técnicas libres y espontáneas.
- **Fauvismo.-** Arte simbolista nacido en Francia en 1905, el cual centraba su atractivo en una forma general más que en el detalle; se presentaban constantemente violentos choques cromáticos y deformaciones visuales. Todos los contornos eran delineados con negro para acrecentar el impacto gráfico.

- **Fondo.-** Zona del diseño que parece más alejada y sobre la cual se superponen los componentes principales.
- **Forma.-** En todo trabajo de diseño la forma se referirá siempre al elemento visual (figura).
- **Formato.-** Término general que designa las dimensiones, la forma y el aspecto de una ilustración, página ó cualquier otro trabajo de diseño gráfico.
- **Futurismo.-** Movimiento artístico nacido en Italia alrededor de 1909 que significaba la velocidad, la energía, el movimiento, la destrucción, la industrialización, el anarquismo. Los futuristas fueron los antecesores del "dada" y como ellos usaron algunas técnicas cubistas, el collage y las citas textuales.
- **Gouache.-** Variante opaca de la acuarela, muy utilizado en el medio gráfico, por sus características de opacidad que permiten obtener colores planos y uniformes.
- **Grafismo.-** " Dibujo puro, inteligente y creativo, realizado como tal en negro sobre blanco." (Término definido en 1964 por ICOGRADA)
- **Grupo de Stijl o Constructivismo.-** Movimiento formal nacido en 1917 en Holanda, que proponía la abstracción geométrica mediante el uso de formas cuadradas o rectangulares, colores básicos y tipografías formales.
- **Iconocidad.-** Grado de similitud entre una imagen y el objeto que representa (nivel de realismo del dibujo).
- **Imagen.-** Representación, tema o asunto visual de un diseño fotografía o dibujo.
- **Intensidad.-** Indica la pureza de un color (brillantes y vivos ó apagados)
- **Línea.-** Prolongación de varios puntos.
- **Litografía (planografía).-** Sistema de impresión basado en el principio de repulsión mutua del agua y el aceite. Las áreas con imagen y sin ella están al mismo nivel, de modo que el papel entra en contacto con la superficie entera, pero el área de la imagen está tratada con una mezcla de grasa para que acepte la tinta y el área sin imagen se empapa con agua, para que la rechace. (Se debe hacer una plancha y un original para cada color).
- **Marcas de corte.-** Señales que se hacen en el original para indicar donde se puede cortar y recotar el papel.
- **Marcas de registro.-** Conjunto de marcas (habitualmente una cruz en un círculo) que se ponen en las camisas, el original mecánico, las películas y los clisés, para que la imagen pueda colocarse en su sitio adecuado (registro) en el curso de la impresión.
- **Negativo.-** Una imagen está en negativo cuando queda en blanco sobre un fondo sólido (una imagen positiva será al contrario)
- **Negro.-** Cualquier signo impreso en una superficie, (caracteres, orlas o ilustraciones).

- **Ontológico.-** Término derivado de la Ontología, la cual trata al ser en general.
- **Original Mecánico.-** Toda imagen o material gráfico que posee la calidad necesaria como para ser reproducida.
- **Offset.-** Una evolución de la litografía que básicamente funciona con el mismo principio. Pero en este sistema de reproducción la imagen no se imprime directamente a partir del clisé, sino que se traslada previamente a un cilindro de caucho, desde donde se transfiere al papel.
- **Posición.-** La relación de la estructura del campo con el observador.
- **Pop Art.-** Corriente visual nacida a finales de los años 50's en E.U. e Inglaterra, con el objetivo de ligar el arte con la vida diaria, la sociedad y fijando a la vez las bases del diseño gráfico. Presentando objetos y sujetos mediante novedosas técnicas de representación inspiradas en el comic, usando colores brillantes, acrílicos, películas plásticas, serigrafía y collage.
- **Poster.-** Una modalidad del cartel cuyo objetivo principal es el de agradar a quien lo mire.
- **Pragmático.-** Se refiere al valor práctico ó funcional del material visual.
- **Proporción.-** Es la justa correspondencia de unas partes con las otras y de todas con el conjunto.
- **Pruebas de color ó de imprenta.-** Aquellas que se sacan antes de la "tirada" verdadera, las cuales permiten al diseñador, al impresor y al cliente, comprobar el registro, el color y el aspecto final del producto y de ser necesario realizar cualquier corrección, antes de continuar con el proceso de reproducción.
- **Punto.-** Unidad gráfica mínima sobre un espacio. Uno o varios atraen la vista.
- **Ritmo.-** Sensación y armonía de los elementos visuales.
- **Sangrado ó a Sangre.-** Son aquellas ilustraciones que rebasan las guías de corte.
- **Semántica.-** Estudio del significado de las palabras y sus variaciones.
- **Semiología o Semiótica.-** Se refiere al estudio de los signos y los símbolos. Se divide en 3 partes: sintaxis, semántica y pragmática.
- **Serigrafía.-** Sistema de impresión mediante el cual, la imagen se reproduce a través de una pantalla preparada a mano o fotográficamente; haciendo pasar la tinta a través de una malla hasta la superficie. Se imprime cada color por separado. Mediante este sistema se obtienen tonos uniformes y puede utilizarse casi cualquier tipo de material.
- **Sintaxis Visual.-** Coordinación entre las palabras y las imágenes.
- **Soporte.-** Es todo material con forma y grosor técnicamente aptos para los fines de impresión.

- **Surrealismo.-** Movimiento artístico que surge en Francia en 1920. Mediante imágenes sumamente reales representaban sus fantasías, sueños, miedos, etc., usando técnicas plásticas y fotográficas diversas.
- **Tensión.-** En una composición gráfica se entenderá como lo más inesperado, lo irregular, lo complejo e inestable.
- **Textura.-** Toda estructura de una superficie que pueda ser percibida visualmente.
- **Tipografía.-** Proceso y técnica especializada de disponer el material impreso recurriendo a tipos.
- **Tipos.-** Término utilizado para describir todos los estilos de letras disponibles en la composición tipográfica.
- **Tono.-** Los diferentes matices de un sólo color.
- **Tono continuo.-** Material gráfico que presenta una gran gama de grises.
- **Unidad.-** Armonía total entre el contenido y la forma.
- **Valor.-** Se refiere al grado de claridad u oscuridad de color; o sea a la cantidad de luz que refleja.
- **Visualización.-** Representar una idea gráficamente.
- **Yuxtaposición.-** Técnica visual que implica situar un elemento junto al otro.

* Todos los términos incluidos en este glosario fueron extraídos de la bibliografía citada al final de cada capítulo.